



VARIABLES ASOCIADAS A LOS USOS Y RIESGOS DE LAS TIC EN LOS ADOLESCENTES

Trabajo Fin de Grado

Facultad Ciencias de la Educación

Grado de Pedagogía

Autora:

Dña. Ángela María López Gracia

Tutora:

Dra. Dña. Teresa González Ramírez

Sevilla, Mayo de 2017

Resumen

El ritmo vertiginoso con el que ha irrumpido la tecnología en nuestras vidas, supone un ejercicio de comprensión y reflexión acerca de todo lo que implica. Ventajas y beneficios que éstas nos ofrecen, en muchas ocasiones invisibiliza los riesgos que de ellas emergen. Riesgos que se acentúan en el caso de los menores¹ que, cada vez tienen un acceso más precoz a ellas, ocupando gran parte de su cotidianeidad. De este planteamiento surge la necesidad de conocer que presencia tienen las TIC en el tiempo libre de los más jóvenes, usos y motivaciones de éstas, así como situaciones de violencia online que conocen. La investigación se contextualiza en un centro de educación secundaria de la provincia de Sevilla, con alumnos de entre 13 y 17 años de 2º y 3º de ESO. Para ello hemos utilizado una metodología cuantitativa y un diseño descriptivo tipo encuesta. La población fue de 684 estudiantes, y la muestra quedó configurada por 287 mediante un muestreo no probabilístico incidental. Los datos fueron recogidos mediante un cuestionario adaptado, y posteriormente analizados estadísticamente. Los resultados obtenidos evidencian la fuerte presencia de la tecnología en el ocio, la comunicación y en las relaciones entre pares de los más jóvenes, visibilizándose la existencia de violencia online a través del móvil y las redes sociales.

Palabras clave: Adolescente, Ocio, Tecnologías de la información y comunicación, Redes sociales, Acoso, Ética.

¹ El presente trabajo se ha realizado haciendo uso del masculino para designar a una pluralidad de personas de un mismo grupo.

Abstract

It's necessary to do an exercise of understanding and reflection about the implications derived from the breakneck rhythm that has ripped the technology in our lives. Advantages and benefits that they offer to us, on many occasions make invisible the risks. Risks that are accentuated in the case of minors, they have an increasingly early access to them, occupying much of his daily life. It's necessary to know the presence that the ICT have in the leisure of the youngsters, their applications and motivations, as well as situations of violence online. A quantitative methodology was used, and a descriptive design. The population was 684 students, and the sample was configured for 287, using an incidental non-probability sampling. Data were collected through an adapted questionnaire, and later were analyzed statistically. The results obtained demonstrate the strong presence of technology in entertainment, communication and in relationships between teenagers, making visible the violence online through the mobile and social networks.

Keywords: Teenager, Leisure, Information and Communication Technology, Social networks, Peer abuse, Ethics

Índice General

1. Introducción	13
1.1. Justificación del estudio.....	13
1.2. Definición del problema de investigación	16
2. Marco teórico	19
2.1. Los adolescentes ante las tecnologías de la información y la comunicación ..	19
2.1.1. La construcción de la identidad digital en los adolescentes	19
2.1.2. Televisión	20
2.1.3. Dispositivos electrónicos e Internet.....	22
2.2. Usos y riesgos de las TIC en los adolescentes	23
2.2.1. Efectos negativos de la socialización online	29
2.3. Líneas de investigación sobre los usos de las TIC en los adolescentes.....	32
3. Trabajo de campo	37
3.1. Contextualización del estudio	37
3.2. Objetivos de investigación.....	38
3.3. Diseño metodológico	39
3.3.1. Población y muestra del estudio	39
3.4. Técnicas de recogida de datos.....	53
3.4.1. Diseño del instrumento.....	54
3.4.2. Análisis de fiabilidad y validez del instrumento	57
3.4.3. Proceso de recogida de información.....	67
4. Análisis de resultados.....	71
4.1. Técnica de análisis de datos.....	71
4.2. Presentación de resultados	71
4.2.1. Análisis estadístico	71
5. Conclusiones y discusión de resultados	89
5.1. Conclusiones.....	89
5.2. Discusión de resultados	91
5.3. Limitaciones del estudio	93
5.4. Prospectiva de la investigación.....	93
6. Bibliografía.....	97
7. Anexos.....	105

Índice de gráficos, tablas e imágenes

Gráficos

Gráfico 1. Evolución equipamiento TIC en viviendas.....	15
Gráfico 2. Porcentajes variable sexo.....	40
Gráfico 3. Distribución de porcentajes según la edad.....	41
Gráfico 4. Porcentaje nº de hermanos.....	42
Gráfico 5. Porcentaje para lugar que ocupas.....	42
Gráfico 6. Porcentajes para variable procedencia.....	43
Gráfico 7. Porcentajes para procedencia de los progenitores.....	43
Gráfico 8. Porcentajes para la variable localidad residencia.....	44
Gráfico 9. Porcentajes variable profesión padre.....	45
Gráfico 10. Porcentajes profesión madre.....	45
Gráfico 11. Porcentajes variable curso.....	46
Gráfico 12. Porcentajes variable buen estudiante.....	46
Gráfico 13. Porcentajes variable pareja actualmente.....	47
Gráfico 14. Porcentajes variable pareja anteriormente.....	47
Gráfico 15. Porcentajes para edad de uso del móvil.....	48
Gráfico 16. Porcentajes para edad de uso de Internet.....	49
Gráfico 17. Porcentajes para libertad de conexión a Internet.....	49
Gráfico 18. Porcentajes para lugar de conexión.....	50
Gráfico 19. Porcentajes para edad de uso de herramientas de comunicación.....	51
Gráfico 20. Porcentajes para edad de uso redes sociales.....	52
Gráfico 21. Medias edad de acceso a TICs.....	53
Gráfico 22. Medias de la dimensión “Tiempo libre”.....	73
Gráfico 23. Medias para “Frecuencias y usos del móvil”.....	77
Gráfico 24. Medias para “Frecuencias y conexiones a Internet”.....	79

Tablas

Tabla 1. Porcentaje menores usuarios TIC por sexo y edad.....	15
Tabla 2. Población del estudio.....	39
Tabla 3. Distribución por sexo.....	40
Tabla 4. Distribución frecuencias y porcentajes de edad.....	41
Tabla 5. Media y moda de la variable edad.....	41

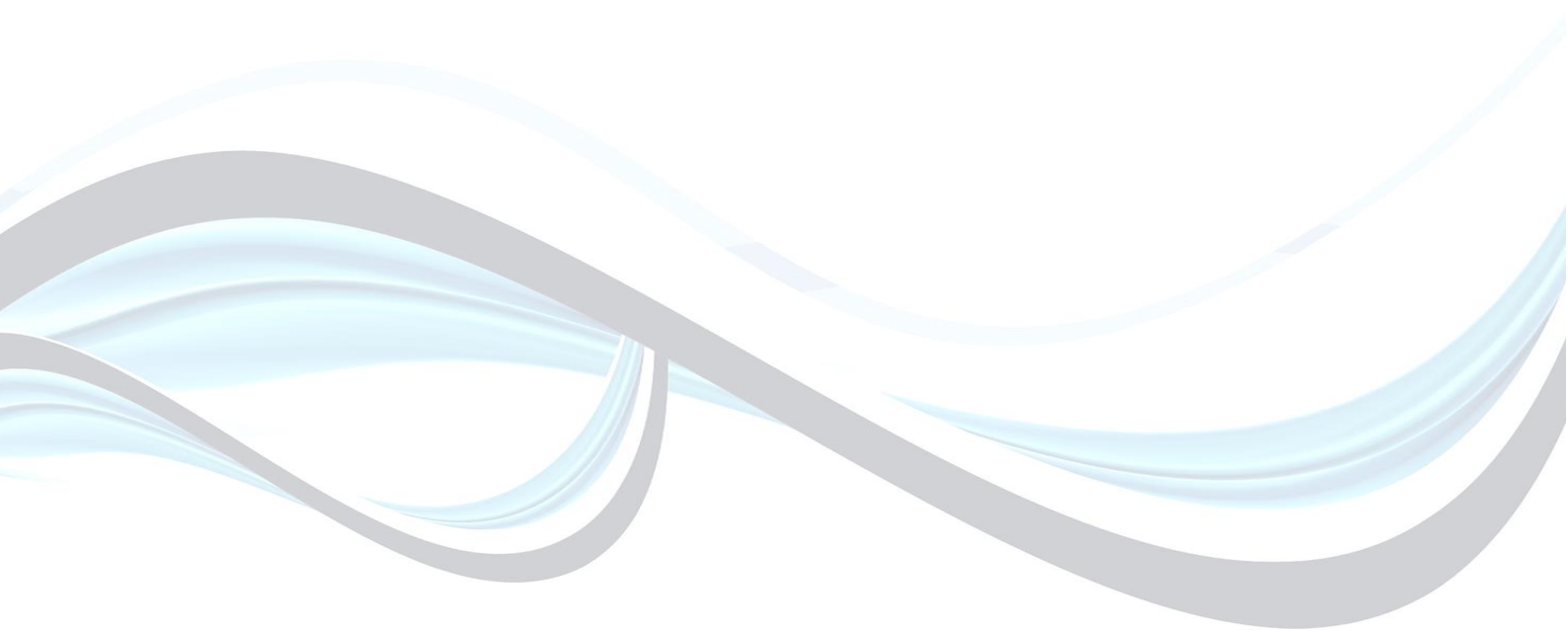
Tabla 6. Distribución frecuencia y porcentajes de n° hermanos.....	42
Tabla 7. Distribución frecuencia y porcentajes del lugar que ocupas.....	42
Tabla 8. Distribución frecuencia y porcentajes de procedencia sujetos.....	43
Tabla 9. Distribución frecuencia y porcentajes de procedencia progenitores.....	43
Tabla 10. Distribución frecuencia y porcentajes de localidad de residencia.....	44
Tabla 11. Distribución frecuencia y porcentajes de profesión padre.....	45
Tabla 12. Distribución frecuencia y porcentajes de profesión madre.....	45
Tabla 13. Distribución frecuencia y porcentajes de curso.....	46
Tabla 14. Distribución frecuencia y porcentajes buen estudiante.....	46
Tabla 15. Distribución frecuencia y porcentajes pareja actualmente.....	47
Tabla 16. Distribución frecuencia y porcentajes pareja anteriormente.....	47
Tabla 17. Distribución frecuencia y porcentajes edad de uso del móvil.....	48
Tabla 18. Media y moda para edad de uso del móvil.....	48
Tabla 19. Distribución frecuencia y porcentajes edad de uso de Internet.....	49
Tabla 20. Media y moda para edad de uso de Internet.....	49
Tabla 21. Distribución frecuencia y porcentajes libertad conexión Internet.....	49
Tabla 22. Distribución frecuencia y porcentajes lugar de conexión.....	50
Tabla 23. Distribución frecuencia y porcentajes edad de uso herramientas de comunicación.....	51
Tabla 24. Media y moda para edad de uso de herramientas de comunicación.....	51
Tabla 25. Distribución frecuencia y porcentajes edad de uso redes sociales.....	52
Tabla 26. Media y moda para edad de uso de redes sociales.....	52
Tabla 27. Fiabilidad del Instrumento.....	57
Tabla 28. Fiabilidad de la 1ª dimensión del cuestionario.....	58
Tabla 29. Fiabilidad de la 2ª dimensión del cuestionario.....	58
Tabla 30. Fiabilidad de la 3ª dimensión del cuestionario.....	59
Tabla 31. Fiabilidad de la 4ª dimensión del cuestionario.....	59
Tabla 32. Fiabilidad de la 5ª dimensión del cuestionario.....	60
Tabla 33. Prueba de KMO y Barlett dimensión 1.....	60
Tabla 34. Varianza total explicada dimensión 1.....	61
Tabla 35. Matriz de componentes rotados dimensión 1.....	61
Tabla 36. Prueba de KMO y Barlett dimensión 2.....	62
Tabla 37. Varianza total explicada dimensión 2.....	62

Tabla 38. Matriz de componentes rotados dimensión 2.....	63
Tabla 39. Prueba de KMO y Barlett dimensión 3.....	63
Tabla 40. Varianza total explicada dimensión 3.....	64
Tabla 41. Matriz de componentes rotados dimensión 3.....	64
Tabla 42. Prueba de KMO y Barlett dimensión 4.....	65
Tabla 43. Varianza total explicada dimensión 4.....	65
Tabla 44. Matriz de componentes rotados dimensión 4.....	65
Tabla 45. Prueba de KMO y Barlett dimensión 5.....	66
Tabla 46. Varianza total explicada dimensión 5.....	66
Tabla 47. Matriz de componentes rotados dimensión 5.....	67
Tabla 48. Distribución de frecuencias, medias y desviaciones típicas para “Tiempo libre”.....	72
Tabla 49. Distribución de frecuencias de programas de TV vistos.....	74
Tabla 50. Distribución de frecuencias de la asiduidad con la que ven programas de TV..	74
Tabla 51. Distribución de frecuencias de los motivos por los que ven series de TV.....	75
Tabla 52. Distribución de frecuencias, medias y desviaciones típicas para “Móviles”....	76
Tabla 53. Distribución de frecuencias, medias y desviaciones típicas para “Internet”....	78
Tabla 54. Distribución de frecuencias, medias y desviaciones típicas para “Comunicación instantánea”.....	80
Tabla 55. Distribución de frecuencias motivos de uso de herramientas de comunicación instantánea.....	80
Tabla 56. Distribución de frecuencias de redes sociales usadas.....	81
Tabla 57. Distribución de frecuencias de la asiduidad de conexión a redes sociales.....	81
Tabla 58. Libertad de conexión a redes sociales.....	81
Tabla 59. Distribución de frecuencias de usos en redes sociales.....	82
Tabla 60. Distribución de frecuencias de usos en redes sociales.....	82
Tabla 61. Conocimiento situaciones acoso por móvil.....	83
Tabla 62. Razones acoso por móvil.....	83
Tabla 63. Tipos de acoso por móvil.....	83
Tabla 64. Distribución de frecuencias conocimiento situaciones de acoso por Redes....	84
Tabla 65. Distribución de frecuencias tipos acoso en Redes.....	84
Tabla 66. Distribución de frecuencias motivos de acoso por Redes.....	84
Tabla 67. Distribución de frecuencias para situaciones de relaciones de pareja y TIC...85	

Figuras

Figura 1. Construcción identidad digital adolescente.....	23
Figura 2. Plataformas sociales más utilizadas.....	25
Figura 3. TICs: usos y motivaciones.....	27
Figura 4. Aspectos clave para usos seguros de TICs.....	28
Figura 5. Docencia y líneas del centro.....	37
Figura 6. Planificación recogida de datos.....	68

INTRODUCCIÓN



1. Introducción

La velocidad con la que han irrumpido las tecnologías en el mundo, ha cambiado por completo nuestras vidas, incorporándose a las actividades de tiempo libre, forma de comunicarnos y relacionarnos; facilitando en suma muchas tareas de nuestra cotidianeidad. No obstante, en ocasiones tenemos la percepción de que esa rapidez, es casi voraz, no somos capaces de asimilar las últimas novedades, cuando ya han irrumpido otras diferentes. Esto no es justificación para no pararnos en momentos determinados a estudiar qué pasa a nivel social con la inclusión de las tecnologías en nuestras vidas, más teniendo en cuenta que la edad a la que se tiene acceso a las tecnologías, cada vez es menor, lo que puede suponer posibles exposiciones a riesgos derivados del uso de las mismas.

La sensibilidad e interés hacia la temática, y la preocupación por un uso responsable de las tecnologías por parte de los menores, nos ha llevado a realizar un estudio en un centro de secundaria de la provincia de Sevilla. Con él pretendemos conocer la situación actual en lo que se refiere al tema propuesto, para poder tener un diagnóstico inicial de la misma, y plantear posibles intervenciones al respecto.

Para ello, en primer lugar se hará una revisión bibliográfica para conocer el estado actual de la cuestión, lo que nos revela la presencia y la importancia que tienen las tecnologías en la cotidianeidad de los adolescentes, influyendo en aspectos como la socialización, en la relación con su entorno y disfrute del tiempo libre, sin olvidar los riesgos a los que se exponen con sus usos. Una vez recogidos los datos, contrastamos los resultados obtenidos del trabajo de campo con la literatura revisada. Finalmente, se presentará un apartado que sintetiza los hallazgos y conclusiones del estudio, así como las limitaciones, prospectiva y futuras líneas de investigación.

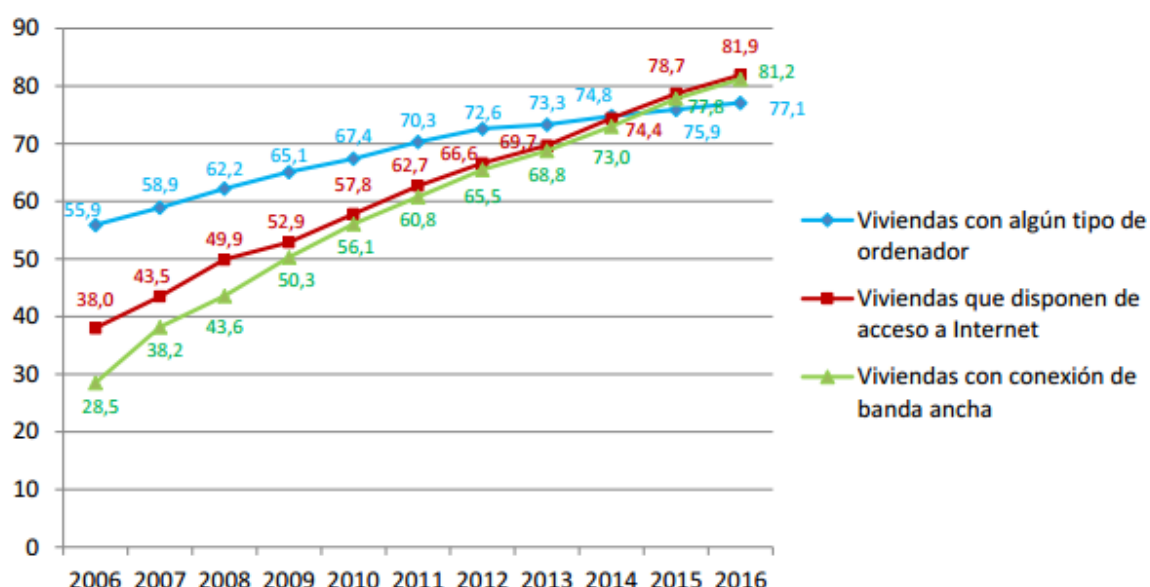
1.1. Justificación del estudio

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), son en la actualidad uno de los principales agentes de socialización. El problema reside en que los cambios propiciados por el uso de las TIC han acontecido en un periodo de tiempo muy breve, lo que no ha permitido una asimilación y concienciación para un uso ético de las mismas (Bartrina, 2012). Esta problemática cobra especial relevancia en la población adolescente, apareciendo en ocasiones usos poco saludables y éticos de las TIC.

Según los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE) (2016), en los últimos diez años el acceso a la Red, en los domicilios españoles, ha ido aumentando (ver Gráfico 1). El principal tipo de conexión a Internet es por dispositivo de mano (teléfono móvil de últimas generaciones) con un 80,1% de las viviendas con acceso.

Gráfico 1.

Evolución equipamiento TIC en viviendas. Fuente: INE (2016)



En las conexiones a Internet, el dispositivo más utilizado es el teléfono móvil (93,3%). Tras él se sitúan el ordenador portátil (57,8%), ordenador de sobremesa (45,4%) y tablet (41,5%). Y es que el 90% de los internautas, declara haber utilizado algún tipo de dispositivo móvil para acceder a Internet fuera de la vivienda habitual o centro de trabajo, siendo el teléfono móvil el medio más usado con un 88,2% (INE, 2016).

En cuanto a la población joven (10-15años), el uso de TIC es muy elevado: el 94,9% utiliza ordenador y el 95,2% Internet (Tabla 1). El uso de Internet y, sobre todo del ordenador, es una práctica mayoritaria antes de los 10 años, y la disposición de teléfono móvil se incrementa, siendo del 93,9% a los 15 años (INE, 2016).

Tabla 1*Porcentaje menores usuarios TIC por sexo y edad. Fuente: INE (2016)*

	Uso de ordenador	Uso de Internet	Disposición de móvil
Total	94,9	95,2	69,8
Sexo			
Hombres	95,6	95,7	68,8
Mujeres	94,2	94,7	70,9
Edad			
10	92,6	90,6	25,4
11	92,6	93,1	50,9
12	94,8	95,9	72,7
13	96,7	95,4	86,0
14	95,7	98,2	90,1
15	97,1	98,0	93,9

Según recoge la Encuesta Nacional de Salud de España, de periodicidad quinquenal, en las estadísticas del 2012, no sólo hay un uso extendido de las TIC, sino que cada vez comienzan a edades más tempranas:

La mitad de la población infantil pasa más tiempo libre del recomendado frente a una pantalla (televisión, ordenador, videojuegos u otros dispositivos electrónicos): el 51,9% de los niños y niñas de 1 año ve la televisión a diario, el 61,2% de entre 2 y 4 años la ve más de 1 hora al día, y el 52,3% de 5 a 14 años supera las 2 horas diarias (tiempos máximos recomendados para cada grupo de edad) (p. 4).

Un uso específico en las conexiones a Internet, es el uso de redes sociales. El 66,8% de los usuarios de Internet en los últimos ha participado en redes sociales de carácter general, como Facebook o Twitter. Los más participativos son los estudiantes (90,7%), y los jóvenes de 16 a 24 años (91,1%). Por sexo, la participación de las mujeres (70,3%) es superior a la de los hombres (63,4%), diferencia que ha ido en aumento desde 2013 (INE, 2016).

Como hemos podido comprobar en las cifras, cada vez es más notoria la importancia de las TIC y más temprano el acceso a las mismas, su uso requiere conocimientos necesarios y filtros que garanticen la protección de los menores. Según Livingstone, Haddon, Görzig y Ólafsson (2011) los riesgos de un uso inadecuado aumentan especialmente en la adolescencia.

Finalmente, concluir diciendo que son necesarias investigaciones de este tipo, con la finalidad de obtener el mayor conocimiento posible, y así abordar los retos formativos que derivan de esa problemática emergente. Con este estudio se pretende contribuir al

estado de la cuestión, actualizando tendencias de uso en un ámbito tan cambiante como es el de las tecnologías, además de obtener resultados y conclusiones que resulten útiles para poner en marcha programas de intervención orientados a esta población (Linne y Angilletta, 2016; Reolid, Flores, López, Alcantud, Ayuso y Escobar, 2016). Por otro lado, y desde su vertiente más contextualizada, se pretende dar feedback al centro donde se ha llevado a cabo la investigación. Tras la vinculación de la estudiante con este centro, durante dos años por sus prácticas externas de grado, observamos la preocupación y sensibilidad por parte del propio centro, y del área de juventud del ayuntamiento de la localidad hacia la temática aquí trabajada, por lo tanto servirá como base para las actuaciones específicas entorno a los resultados evidenciados con la investigación.

1.2. Definición del problema de investigación

Como ya se ha mencionado en el epígrafe anterior, la velocidad con la que se desarrollan las tecnologías, supera en muchas ocasiones la capacidad de las personas para asimilar las innovaciones, sus usos e implicaciones, potencialidades, beneficios y riesgos. Una tecnología que cada vez ocupa más nuestro tiempo, las integramos en nuestro quehacer diario, optimizamos nuestras tareas, la comunicación, incluso nuestro ocio y tiempo libre cada vez lo invertimos más detrás de las pantallas, con la sensación de tener acceso al mundo a un solo click de nuestras manos. Es por ello que se hace necesaria la actualización continua en materia de tecnología, y más aún si se trata de sus usos y efectos sobre la población adolescente.

Por todo lo anteriormente mencionado, se plantean las siguientes cuestiones para resolver con la investigación:

- ✓ ¿Qué presencia tienen las TIC en el ocio de los jóvenes?
- ✓ ¿Qué usos hacen los adolescentes de las tecnologías?
- ✓ ¿A qué riesgos se exponen los adolescentes con el uso de las TIC?

MARCO TEÓRICO



2. Marco teórico

Para poder desarrollar esta investigación, fue necesario realizar una revisión de la literatura existente. Por un lado se presenta una breve caracterización de la población participante en el estudio, donde se enfatiza la importancia de la tecnología a la hora de conformar una parte de la identidad de los adolescentes (identidad digital). También se recogen los usos y riesgos a los que se exponen, así como una revisión de las líneas de investigación vinculadas a los usos TIC de los adolescentes, en los diferentes contextos en los que se desenvuelven.

2.1. Los adolescentes ante las tecnologías de la información y la comunicación

La tradición postulaba como principales agentes de socialización a la familia, la escuela y al grupo de iguales. No obstante, la irrupción de las tecnologías ha hecho que esto cambie. A través de ellas tenemos acceso a infinidad de información, y aumenta considerablemente nuestra red social, lo que ofrece un mayor abanico de referentes que podrán influir en la configuración identitaria de los más jóvenes. Nuevas formas de relacionarse y comunicarse, de disfrutar del tiempo libre, nuevos referentes a imitar, etc. serán proporcionados gracias a las TICs.

2.1.1. La construcción de la identidad digital en los adolescentes

No se puede hablar de las tecnologías, usos y motivaciones de la misma manera para referirnos a adolescentes que a adultos, por ello debemos atender a la idiosincrasia de la etapa.

Independientemente de la fuente a la que recurramos, especialistas en psicología evolutiva como Palacios y Oliva (1990), sociólogos como Ruiz (2016), u organismos internacionales como la Organización Mundial de la Salud –OMS- (2017), todos coinciden en que la adolescencia es una etapa que supone la transición desde la niñez a la adultez. Etapa en la que pueden aparecer conflictos porque se abandona la niñez sin llegar a tener estatus de adulto, donde hay cambios en diferentes niveles: físico, psicológico y social, implicando una resituación de los más jóvenes en su contexto social lo que hace que se genere complejidad en las relaciones, siendo un periodo especialmente difícil (Segovia, Mérida, Olivares y González, 2016).

Situando la etapa en los ejes espacio-tiempo, no es lo mismo hablar de adolescencia en sociedades occidentales que en otras culturas (OMS, 2017), y es que

durante la niñez, y por medio de los procesos de socialización, se ajustan a valores, actitudes y comportamientos acorde con los roles que la sociedad en la que se desenvuelven (Oliva, 1990). Al igual que no es lo mismo la adolescencia en plena revolución digital, que a mediados del siglo pasado. Esto hace que los adolescentes se vean ligados a componentes axiológicos, ideológicos y culturales que son esenciales tener en cuenta para comprenderlos, y que los diferencian de los adultos (Chicharro, 2014).

En plena era digital, Internet, televisión, dispositivos electrónicos y videojuegos ocupan un lugar primordial en nuestras vidas. Elementos que se han hecho indispensables para afrontar nuestro día a día, sensación que se acrecenta en aquellos que han nacido en plena revolución digital, y crecen rodeados de ellos. A continuación presentamos un acercamiento a las TICs, que han sido objeto de estudio en esta investigación, estableciendo vinculaciones continuas con las implicaciones que tiene para los adolescentes.

2.1.2. Televisión

En la actualidad ha cambiado en gran medida, los medios ofrecen a los más jóvenes iconos y símbolos que serán vitales a la hora de desarrollar aspectos importantes como son la identidad sexual y de género, la adquisición de valores, ideologías amorosas y sexuales, aprendizajes sociales, etc. siendo los medios de comunicación cada vez más importantes a la hora de influir en el desarrollo de los adolescentes. En el caso de la televisión, está integrada en la realidad diaria y condiciona la relación con los demás (Barker, 1997; Chapin, 2000; Figueras, Tortajada y Araña, 2014; Medrano, Martínez y Pindado, 2016).

Conocer qué tipos de programas consumen nuestros adolescentes, las razones para hacerlo, y comprender los efectos de los medios sobre los receptores ha sido objeto de numerosas investigaciones (Agreda, Hinojo y Aznar, 2016; Bermello, 2016; Rojas, Martín y Bretón, 2017). En éstas se exploran y evalúan los impactos de estos medios, así como otras se aborda directamente los efectos negativos de dicho medio, concluyendo que los guiones y los personajes de la televisión pueden llegar a ser modelos de comportamiento para los adolescentes, siendo los personajes que aparecen en los medios un referente social para construir sus identidades. Chicharro (2014) además nos dice que el consumo de medios audiovisuales y digitales se convertirá en elementos diferenciadores para ese grupo de edad.

La vinculación que establece el espectador con las figuras que aparecen en los medios, gira en torno a la empatía que sienten hacia estos y la capacidad para sentirse identificados con ellos. De esta manera cuanto más próximos se sienten a los personajes, mayor será la adopción de la perspectiva emocional y cognitiva. Habría que distinguir entre tres posibles motivos por los que los jóvenes toman como referentes a las figuras televisivas, siendo por un lado la atracción, el hecho de ser como ellos o bien el deseo de ser como ellos. Realizar esta distinción tiene sentido desde el momento en el que no es lo mismo que les guste un determinado personaje, que querer parecerse e imitar las conductas.

El atractivo físico y social, y los rasgos de personalidad son los principales aspectos que los adolescentes toman como referentes para tener como referente a alguna figura de la pantalla. En algunos casos, también se ha determinado que los valores prosociales, o bien antisociales, han sido el motor para considerar a una figura televisiva como referente a la hora de marcar pautas de comportamiento y relacionarse con el entorno (Medrano, Martínez y Pindado, 2016).

En el estudio que llevan a cabo Figueras, Tortajada y Araña (2014), se hacen eco de algunas de las características de los personajes televisivos que resultan más atractivos para los jóvenes y adolescentes, así como los rasgos definitorios de los mismos. En el caso de los personajes masculinos, en muchas ocasiones adoptan comportamientos agresivos, actuando al margen de lo legalmente establecido, que en sus relaciones con las mujeres adoptan roles dominantes y de asimetría. Así se evidenciaba en las investigaciones de Chicharro, (2014) y Figueras, Tortajada y Araña (2014), cuando se les preguntaba a los adolescentes por las figuras masculinas que resultaban más atractivas y populares, en este caso las respuestas estaban en la línea del chico malo, sobrado, chulo, de apariencia muy masculina. Incluso resulta atractivo aquel que era malo con su pareja, pero que a su vez muestra una cara de romántico que emerge ante el amor de una chica.

En las figuras femeninas, destacan su belleza, delgadez física y la sexualización de la misma. Se le atribuyen características como la humildad, la bondad, solidaridad, empatía y amor romántico, reproduciéndose de esta manera estereotipos tradicionales de la feminidad. En la interacción de ambos perfiles de personajes, se presentan ideologías sexuales y afectivas que perpetúan las representaciones culturales acerca de lo que socialmente se espera que sea el amor y el atractivo.

Otro aspecto que se vio que los jóvenes valoraban en este estudio fue la existencia de relaciones de pareja y tensión sexual, mantener un gran número de relaciones, mantener actitudes desafiantes como no estudiar y no hacer nada provechoso (Chicharro, 2014; Figueras, Tortajada y Araña, 2014).

2.1.3. Dispositivos electrónicos e Internet

En cuanto a las nuevas tecnologías, el uso generalizado de éstas ha transformado las relaciones entre las personas en el mundo actual, lo que es especialmente relevante en el caso de los más jóvenes. Navegar por Internet, el uso de redes sociales virtuales, los videojuegos y el teléfono móvil han supuesto un cambio radical en las formas de comunicarse para la mayoría de ellos (Reolid, Flores, López, Alcantud, Ayuso y Escobar, 2016).

Los teléfonos móviles están hoy día presente en la vida de la mayor parte de los jóvenes, es una herramienta habitual en su comportamiento diario por la versatilidad e instrumentalidad (despertador, reloj de bolsillo, grabadora, agenda, plataforma de juegos o radio). Además de servir como elemento socializador, que les permite estar en contacto con su entorno y así construir vínculos sociales, etc. aspectos que lo han hecho imprescindible en nuestro día a día (Sabada y Vidales, 2015; Castellana, Sánchez, Graner y Beranuy, 2007).

En la adolescencia, etapa esencial para la configuración identitaria, resultan claves las prácticas exploratorias, y no hay que olvidar que las TIC son una ventana al mundo. Con las TIC, una parte significativa de esta configuración identitaria y de estas prácticas exploratorias, suele estar asociada al perfil que los jóvenes construyen en sus redes sociales, y al uso que hacen de éstas y de las herramientas y aplicaciones que les permiten comunicarse e interaccionar con su entorno (Linne y Angilletta, 2016). Esta configuración de la identidad, es a lo que denominan *identidad digital*, concepto que hace alusión a la identificación y atribución de singularidades de un sujeto, derivados del ejercicio y pertenencia al ciberespacio por medio de perfiles y cuentas privadas dentro de Internet, comentarios, fotos, textos, vídeos que colocamos y hacemos visibles en la Red. Se trata de una forma de definirnos y construirnos, de reflejar lo que somos y lo que nos gustaría ser (Área, Borrás y San Nicolás, 2015).

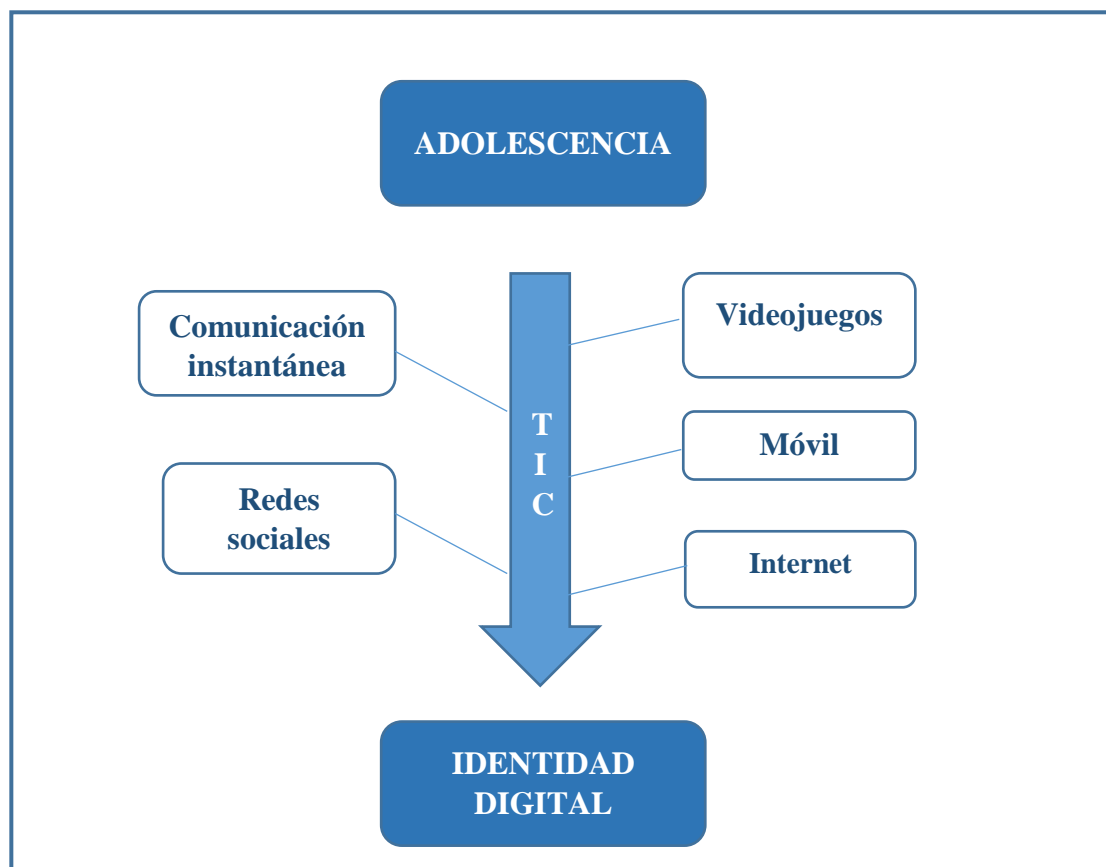


Figura 1. Construcción identidad digital adolescente. Fuente: elaboración propia

2.2. Usos y riesgos de las TIC en los adolescentes

Cuando hablamos de usos TIC, pueden venir a nuestra cabeza infinidad de ellos, no obstante como se viene haciendo a lo largo de todo este trabajo, debemos focalizarlos en la etapa adolescente. Para ello recurriremos a estudios e investigaciones que nos aproximen un poco más al tema.

En referencia a los principales usos que los más jóvenes hacen de sus dispositivos electrónicos y de la navegación por Internet, numerosas investigaciones se han hecho eco de sus preferencias, visibilizando que redes sociales, escuchar música, hacer trabajos de clase, jugar, ver vídeos, series, películas, realizar compras y participar en foros son las actividades que realizan con mayor frecuencia (Masanet, 2016; Alfaro, Vázquez, Fierro, Herrero, Muñoz y Rodríguez, 2015; Rial, Gómez, Braña y Varela, 2014).

El Pew Internet and American Life Project, centro de investigación americano que trabaja con las tendencias de América y del mundo en general, se interesó por conocer usos y motivaciones, obteniendo resultados que afirman que los adolescentes que hacen uso de internet, y más concretamente de las redes sociales, lo hacen mayoritariamente para mantenerse en contacto con sus amistades y hacer planes con éstas (82%). En menor medida lo usan para hacer nuevos amigos y ligar (17%) (Laguna, 2013).

Según Área, Borrás y San Nicolás (2015) los principales usos TIC son aquellos que permiten a los jóvenes emplear su tiempo libre y comunicarse entre ellos. Algunos ejemplos son:

1. *Comunicación Instantánea*, a través de la mensajería instantánea; una de las formas de comunicación más populares entre los adolescentes. Su esencia radica en poder enviar mensajes a tiempo real a otros usuarios de Internet (Pujazon y Park, 2010), y es que según Solano, González y López (2013) la interacción social ha dejado de ser exclusivamente en un contexto presencial, dando cada vez mayor paso a la interacción en la red. El Centro de Investigaciones Sociológicas (2016), evidencia que WhatsApp con un 98,2% es la aplicación de mensajería instantánea más utilizada para mantener contacto con su red de contactos, seguida del Chat de Facebook como segunda opción más utilizada. Usos preferentes que son coincidentes con los obtenidos en el estudio llevado a cabo por We Are Social Singapore en el 2016, donde se recogen estadísticas sobre redes sociales e internet en treinta países del mundo, entre los que se encuentra España(ver Figura 2).

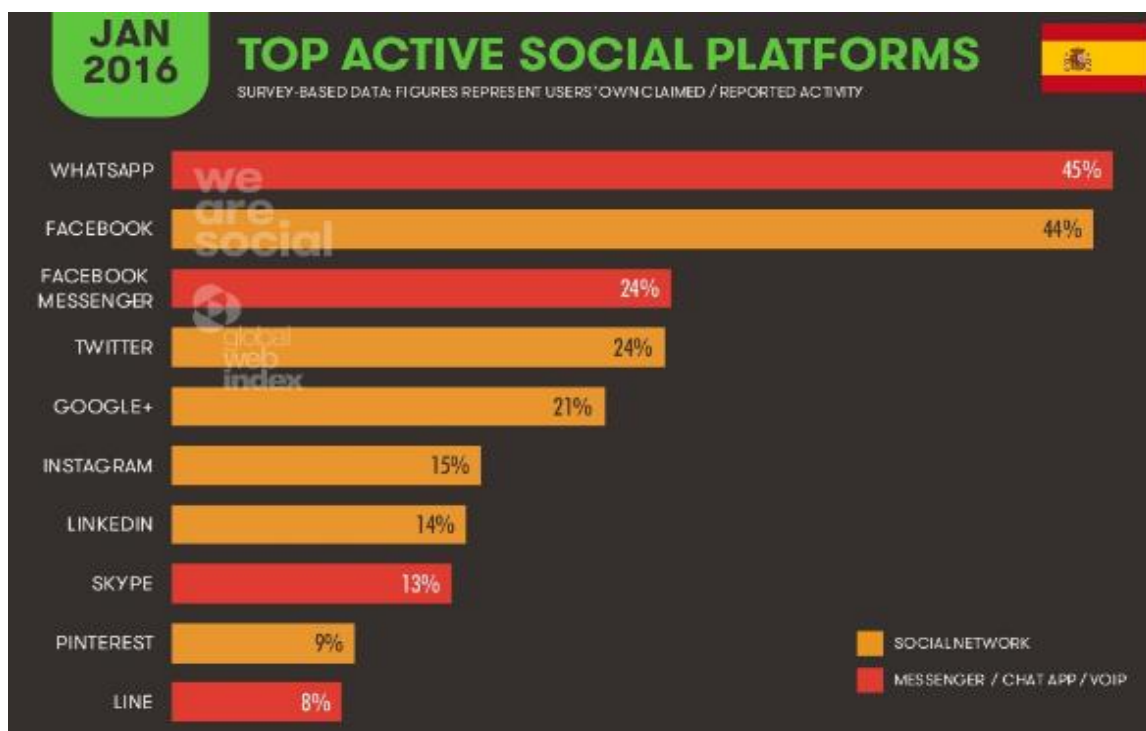


Figura 2. Plataformas sociales más utilizadas. Fuente: Kemp (2016)

2. *Mailing*. Una de las tareas más habituales de los dispositivos electrónicos es el acceso al correo electrónico, existiendo incluso aplicaciones móviles que podemos descargar en nuestros dispositivos para poder tener este servicio disponible en cualquier momento (Centro Criptológico Nacional, 2016). No obstante, Pujazon y Park (2010) se hacen eco de que este uso no está tan extendido como entre los adultos, tan sólo el 14% de los adolescentes enviarían emails. En el informe de Fundación Telefónica (2016) recogen cuales son la actividades principales de jóvenes con edades comprendidas entre dieciséis y veinticuatro años, en este caso se visibiliza que se decantan por dos actividades: visionado de vídeos (p.e. Youtube), y la participación en redes sociales, quedando patente de esta manera que la gestión del email no es una de las actividades prioritarias para ellos.
3. *Redes sociales*, donde es fundamental el perfil que se configura como carta de presentación de uno mismo, se incluyen datos personales que deseamos dar a conocer a los demás. Se elige la imagen que se pretende dar nuestra forma de ser, es decir que decidimos cuál va a ser nuestra proyección social con la intención de encontrar aceptación, y de sentirse integrados en el grupo de iguales. El uso de frases y las imágenes que compartimos refuerzan la presentación que hacemos de

nosotros mismos en la Red, aunque hay que tener cuidado porque también puede ser un espacio para mantener falsedades y engaños (Martín, Pazos, Montilla y Romero, 2016; Segovia, Mérida, Olivares y González, 2016).

Hay que tener presente, a la hora de hacer cualquier publicación, el tipo de información que se va a compartir. Desde el Centro Criptológico Nacional (2016) recomiendan evaluar la sensibilidad y privacidad de los datos que se quieren publicar, teniendo presente que pasarán a estar disponibles para un gran número de personas. Yendo un paso más allá, esa información puede ser utilizada para coaccionar o chantajear al usuario.

En la investigación llevada a cabo por Fundación Telefónica (2016), con la que pretendían acercarse a las formas de comunicarse los jóvenes en el mundo digital, se diferencian las redes sociales por el uso específico que se hace de cada una de ellas, existiendo una red para cada actividad. Así Twitter se concibe como herramienta de información impersonal, amplia y general, con carácter socializador puesto que permite saber que pasa en el entorno más próximo, y carácter informativo porque permite conocer la actualidad (trending topic). En el caso de Facebook se utiliza con la finalidad de mantener las amistadas ya existentes, aunque también permite incrementar nuestra red de contactos si empezamos a movernos entre “amigos de mis amigos”. Con Instagram encontramos una red donde la protagonista es la fotografía, está más dirigida a mostrar cosas que nos parecen interesantes, ya sean cosas artísticas o aspectos cotidianos de nuestra vida privada.

4. *Videojuegos*, per se no son buenos ni malos. Ayudan a desarrollar habilidades y destrezas que también formarán parte de la identidad digital. Hay que tener especial cuidado con las calificaciones por edad, con la gestión del tiempo estableciendo dietas mediáticas diarias y las circunstancias en las que juegan (Área, Borrás y San Nicolás, 2015; Muros, Aragón y Bustos, 2013).

A modo de resumen de lo anteriormente expuesto, encontramos la Figura 3, recogiendo los usos que hacen de las tecnologías, para tenerlos presentes y así poder entender los posibles riesgos y efectos negativos a los que se exponen con ellos.

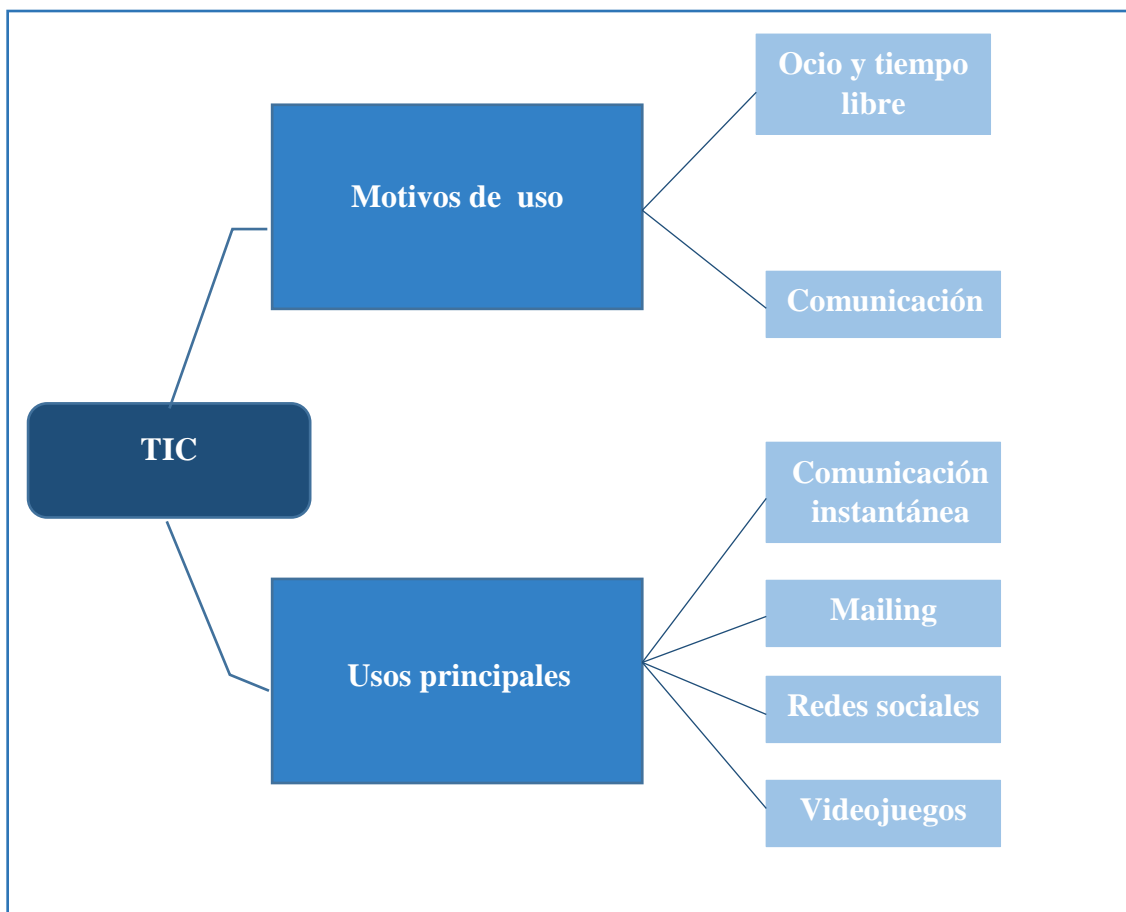


Figura 3. TICs: usos y motivaciones. Fuente: elaboración propia.

De estos usos, derivan efectos positivos y negativos, si queremos favorecer un uso sano y responsable, Área, Borrás y San Nicolás (2015) nos presentan una serie de aspectos clave a tener en cuenta a la hora de hacer una gestión adecuada de las TIC. Sería adecuado que los más jóvenes entiendan el concepto de *reputación*, con ello nos referimos a la imagen que tienen los demás sobre un usuario en concreto. Sin olvidar que no depende exclusivamente del usuario, sino que también está directamente relacionado con las opiniones que los demás tienen sobre su persona, y esto último es muy difícil de controlar. Hay que trabajar con los más jóvenes la posibilidad de tenerse que enfrentar a comentarios negativos y críticas hacia su persona. En este caso en la etapa de la adolescencia, se genera un sentimiento fuerte de ser el centro de atención, creyendo que todo su entorno está pendiente de él, y en el caso de producirse algún agravio, puede elevarse el problema a unas esferas en las que las consecuencias pueden llegar a ser devastadoras. La *privacidad y seguridad*, dando vital importancia a datos personales, tomando las precauciones y medidas necesarias para evitar un mal uso de nuestros datos, por parte de terceras personas. No sólo ofrecemos gran cantidad de información a la hora de abrir una

cuenta en una red social, sino que cuando hacemos uso de ésta podemos incluso mostrar fotos indicando una localización exacta, revelando en ese momento en qué momento estamos en un lugar concreto (Área, Borrás y San Nicolás, 2015). Según Segovia, Mérida, Olivares y González (2016) en el ciberespacio, en muchas ocasiones el concepto de privacidad se diluye dejando paso a la exhibición, y es que las tecnologías están contribuyendo a diluir fronteras entre lo personal (público y privado) y lo colectivo. Por todo ello es necesario un uso responsable, con una adecuada configuración de privacidad y seguridad, siendo cautelosos a la hora de decidir a quién agregamos y con quién compartimos nuestra intimidad, con la finalidad de hacer uso de las TIC en entornos conocidos y seguros (Área, Borrás y San Nicolás, 2015).

Igualmente deben comprender que la *permanencia* de datos e información que publicamos en la Red permanecerá en ella para siempre. Por lo que las gestiones y movimientos actuales, pueden tener repercusiones y consecuencias en el futuro, tanto personal como profesionalmente. Finalmente la *intimidad y confianza*, los jóvenes deben sentir que tienen sus espacios propios sin que tengan que entrometerse los adultos, pero esto debe forjarse sobre la base de relaciones de confianza y respeto. Por lo que será necesario trabajarlo desde muy jóvenes, siendo una forma de hacerlo mediante el uso de las TIC en espacios comunes bajo la supervisión de adultos, siendo guiados en dichos usos (Área, Borrás y San Nicolás, 2015).

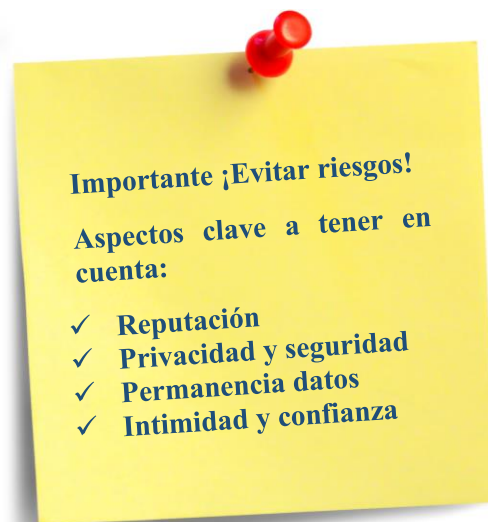


Figura 4. Aspectos clave para usos seguros de TICs

2.2.1. Efectos negativos de la socialización online

Disponer de tecnologías, y los usos de la misma, nos brindan innumerables ventajas y beneficios. A pesar de poder educar en un uso responsable y seguro, encontramos una realidad no deseada. En el caso de los jóvenes, se ven expuestos a una hiperconectividad que les permite estar en comunicados en cualquier momento, con cualquier persona, sin necesidad de compartir el mismo espacio. En la adolescencia, confluyen la búsqueda de la gratificación inmediata, esto supone un problema, y es que muchos de ellos se acostumbran al aquí y ahora, es decir, a la facilidad y comodidad de obtener lo que quieren en cualquier momento que les surja una necesidad. A esto hay que añadir las conductas curiosas por experimentar nuevas vivencias, con una sensación de invulnerabilidad, por lo que los adolescentes están más expuestos a conductas de riesgo (Área, Borrás y San Nicolás, 2015; Reolid, Flores, López, Alcantud, Ayuso y Escobar, 2016).

En la investigación de Área, Borrás y San Nicolás (2015) concluyeron que había una mayor prevalencia a la hora de presentar un comportamiento disfuncional en los usos de Internet, cuando se presentaban determinados valores en las variables, como es un comienzo precoz en el uso de Internet. Además advierten que no podemos obviar los riesgos presentes en la red, y los factores que pueden incidir en la aparición de comportamientos disfuncionales en el uso de las TIC, siendo necesario tomar medidas para evitar consecuencias perjudiciales derivadas de una falta de seguridad en la gestión de las mismas y por compartir determinada información en la red sin ningún tipo de filtro, de forma masiva a todo el público.

Ahondando de manera específica en algunos de los riesgos a los que se pueden ver expuestos, encontramos:

1. *Cyberbullying*, objetivo de estudio de numerosas investigaciones (Agreda, Hinojo y Aznar, 2016; Linne y Angilletta, 2016; López, Pino, Domínguez y Álvarez, 2013; Garaigordobil y Martínez-Valderrey, 2014) que han conseguido caracterizar y diferenciar a este tipo de violencia: ubicuidad y capacidad de las TIC para llegar a audiencias significativamente mayores, la sensación de exención de responsabilidad e impunidad, la ampliación del número de acosadores, y la creación de espacios invisibles a los adultos. En el caso del acosado, no encuentra ningún lugar como refugio, y es que con las tecnologías el acoso es omnipresente, y encuentra desprotección total. A esto hay que añadir que la persistencia del

acoso es imperecedera, porque las acciones emprendidas por los acosadores se almacenan en sistemas electrónicos y no se pierden. En la investigación de Linne y Angilletta (2016), llegaron a la conclusión de que las manifestaciones de violencia online que más se presentaban entre los jóvenes adolescentes eran por un lado las amenazas y advertencias de una violencia futura, peleas y enfrentamientos que comienzan online y que se acaban materializando de manera presencial. Y por otro lado, el cyberbullying mediante acciones y/o comunicaciones hostiles entre pares. López, Pino, Domínguez y Álvarez, (2013) su investigación visibilizan los principales motivos para este acoso: azar, burlas, insultos, humillaciones, desprestigio personal y social, bromas y aislamiento.

2. *Comportamientos de riesgo.* Como ya se comentaba anteriormente, la adolescencia es una etapa que se caracteriza por los desafíos que asumen, a través de riesgos a los que se exponen. Según Pujazon y Park (2010), el uso de Internet y de las tecnologías, es otra opción de asumir riesgos difundiendo fotografías sensuales, comportamientos sexuales públicos, consumo de drogas, ejercicio de la violencia, etc.) El sexting y grooming, como efectos colaterales de un uso desafiante de las tecnologías, son actualmente objetos de estudio de numerosas investigaciones (Gámez, Santisteban y Reselt, 2017; Villacampa, 2017; Van Ouytsel, Van Gool, Walrave, Ponnet y Peeters, 2017; Alfaro, Vázquez, Fierro, Herrero, Muñoz y Rodríguez, 2015)
3. *Violencia de género en parejas adolescentes.* Martín, Pazos, Montilla y Romero (2016) tienen muy presente que las relaciones se desarrollan en entornos tecnológicos. Estos autores, sensibles a la temática de la Violencia en el Noviazgo (VN), han realizado un acercamiento a las nuevas manifestaciones de la VN a través de los dispositivos y medios tecnológicos. Con la llegada de aplicaciones de mensajería instantánea y las redes sociales, tenemos acceso a cualquier persona en cualquier momento, sabemos si está disponible, donde y con quién está, etc. lo que se traduce en estar pendientes del móvil en todo momento, haciendo que nuestras relaciones se puedan ver afectadas por discusiones que derivan del uso y gestión de las plataformas virtuales. Aplicaciones como WhatsApp pueden convertirse en herramientas de control y desconfianza hacia la pareja, derivadas de conexiones a horas inesperadas, la necesidad y obligatoriedad de estar en permanente contacto, respuestas a destiempo. Hay investigaciones que

demuestran que ante estos comportamientos, los adolescentes no tienen consideración de estar ejerciendo violencia sobre su pareja, no perciben el maltrato en su vertiente psicológica, pasando por alto las conductas celosas y de control, sin considerarlas como una forma de violencia. Llegan a verse conductas en las que se intenta controlar e influir sobre el entorno de amistades de la pareja, ropa que debe utilizarse, formas en las que se debe gestionar e incluso coaccionar para que se den de baja en redes sociales y aplicaciones, obligar a la otra persona enviar fotografías y vídeos, usurpar contraseñas, etc. (Martín, Montilla, Pazos y Romero, 2013).

4. *Adicción.* Los jóvenes pertenecen a un perfil más vulnerable, presentando un riesgo mayor a ser adictos o dependientes de las TIC, pudiendo potenciar o inhibir algunas capacidades y habilidades de los jóvenes. La adicción puede aparecer en la navegación por la Red, en la participación en redes sociales, los videojuegos, etc. (Instituto Nacional de Tecnologías Educativas y de Formación del Profesorado, 2012; Gómes y Sendín, 2014). Aunque el uso excesivo de Internet no alcanza el rango de trastorno psicopatológico, tiene consecuencias negativas en el ámbito académico o familiar. Sin embargo, en el caso concreto de la adicción a los videojuegos, en el Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders V, se ha incorporado el llamado Internet Gaming Disorder (Reolid, Flores, López, Alcantud, Ayuso y Escobar, 2016; Carbonell, 2014).

El uso continuo de los dispositivos tecnológicos tiene consecuencias muy variadas que van desde aquellas que perjudican la salud de los jóvenes, como por ejemplo que vivan pegados al dispositivo móvil, con pérdida de control y noción del tiempo, la falta de sueño por el insomnio, ansiedad o la tensión ocular y daños en la vista por una prolongada exposición a las pantallas. Otras consecuencias serían la desatención de las obligaciones, o vivir en base a modelos que crean alejados de la realidad, generándose comportamientos y actitudes que acaban desenlazando en problemas de autoestima y estrés, y que se manifiestan por medio del cuidado de la imagen, los prototipos de éxito o la reputación digital (Bermello, 2016; Agreda, Hinojo y Aznar, 2016). Incluso ya existen investigaciones que diferencian entre distintas tipologías en lo que a la adicción se refiere, encontrando estudios sobre la adicción a Internet, al teléfono móvil –nomofobia-, redes sociales y videojuegos (Berner y Santander, 2012; Cloquell, 2015).

En síntesis, son innumerables las ventajas que encontramos a la hora de usar nuestros dispositivos electrónicos y las conexiones a Internet. No obstante, en muchas ocasiones no somos conscientes de los riesgos que implican, desde una dependencia excesiva a la conectividad, al ejercicio de la violencia verbal y psicológica entre iguales de manera directa o siendo cómplices. Sin olvidarnos de las nuevas formas de ejercer la violencia de género, en el seno de las relaciones de pareja adolescentes.

2.3.Líneas de investigación sobre los usos de las TIC en los adolescentes.

Explorados los usos más frecuentes que los jóvenes hacen de las tecnologías, y los riesgos derivados de éstas, a continuación se presenta una revisión de las investigaciones existentes en este tema, viendo que es objeto de estudio creciente en los últimos años. Concretamente nos haremos eco del estado actual de la cuestión, en lo que respecta a los contextos más próximos e influyentes de los adolescentes, que cada vez están más mediados por las tecnologías.

Existen numerosas investigaciones que recogen la irrupción de las TIC en diferentes contextos, abordadas desde diferentes diseños metodológicos, haciendo uso tanto de metodologías cuantitativas que van desde la exploración de usos, motivaciones, efectos positivos y negativos derivados del uso, pasando por investigaciones que pretenden dilucidar posibles relaciones entre las variables implicadas, etc. Igualmente encontramos estudios de corte cualitativo donde se ahonda en esos motivos, intentando llegar a la comprensión de todo lo que subyace en el binomio adolescente-tecnología. A partir de la revisión realizada podemos sintetizar los usos que los adolescentes hacen de las TIC en diferentes contextos: a) uso de las tic en contextos educativos formales, b) uso de las tic en contextos de ocio y tiempo libre, c) uso de las tic en contextos de interacción y comunicación y d) usos de las tic en el contexto familiar. A continuación pasamos a describir brevemente cada una de estas líneas de investigación.

La investigación vinculada al *uso de las TIC en contextos educativos formales* nos aporta estudios prospectivos sobre del impacto que se espera de las tecnologías en la educación. Igualmente se hacen eco del impacto real que tienen, en la actualidad, en entornos de aprendizaje, materiales y recursos didácticos, etc. visibilizando las tendencias, oportunidades y dificultades que se presentan en este campo. Incluso se estudian los efectos positivos derivados de entornos de aprendizaje donde se incluyen las

TICs (Huertas y Pantoja, 2016; Johnson, Adams, Cummins, Estrada, Freeman y Hall, 2016; Adams, Freeman, Hall, Cummins, y Yuhnke, 2016; Gisbert y Johnson, 2015)

La investigación centrada en el uso de las TIC en *contextos de ocio y tiempo libre*, visibiliza la vital importancia que adquieren éstas. Y es que es necesario comprender que, para estas generaciones el uso de la tecnología, Internet y videojuegos es irrenunciable en su cotidianidad, acogiéndolas como herramientas que les ofrecen múltiples opciones y oportunidades para comunicarse, aprender y disfrutar de entretenimientos. La ausencia de ellos supone un aislamiento en de su entorno y sus iguales, dificultando cualquier posibilidad de ocio y/o comunicación interpersonal. Esto quiere decir que, todos aquellos que permanezcan desconectados de las TIC, pueden correr el riesgo de verse excluidos de la interacción social (Área, Borrás y San Nicolás, 2015; Tsitsika, Janikian, Schoenmakers, Tzavela, Ólafsson, Wójcik, Macarie, Tzavara y Richardson, 2014).

En un *contexto de comunicación e interacción* con el entorno, las investigaciones existentes presentan a las TIC desempeñando un papel protagonista en la socialización de nuestros jóvenes, y es que muchos de ellos encuentran detrás de un pantalla una forma de más fácil de socializar e interaccionar con los demás (Segovia, Mérida, Olivares y González, 2016).

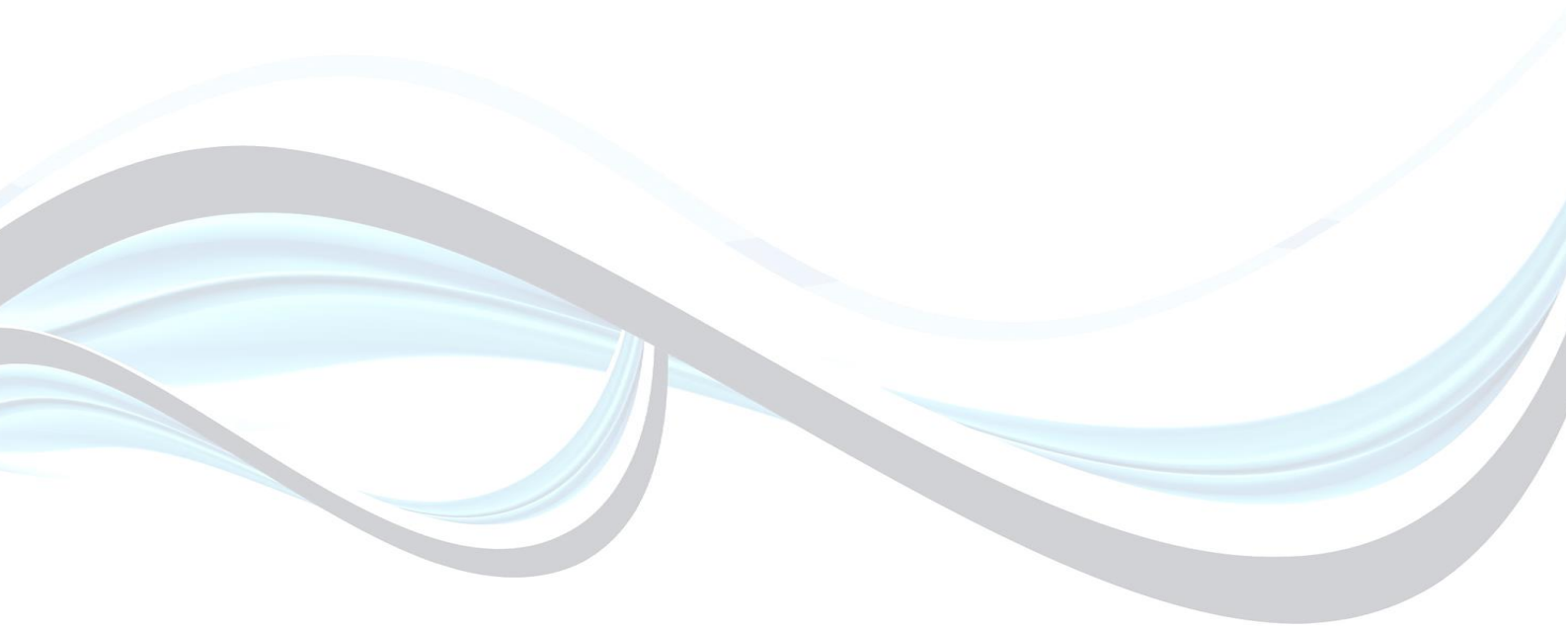
Según estudios como el de Agreda, Hinojo y Aznar (2016) la irrupción de las tecnologías en nuestras vidas ha afectado a la manera de relacionarnos y comunicarnos, incluso en la forma de movernos en los espacios. Uno de los principales motivos para su uso es poder mantener contacto con la red de amistades, facilitándose en el caso de las que no se posee una relación diaria. Esta idea se refuerza con las investigaciones de García, López de Ayala y Catalina (2013) y Fernández, Peñalva e Irazabal (2015), donde se hacen eco de que la comunicación online a tiempo real (conversar, hacer planes, quedar con amigos,...) es el fin principal de las conexiones a Internet de los adolescentes.

Por último, la investigación centrada en el uso de las tecnologías en el *contexto familiar*, que visibiliza la controversia que existe entre poner la tecnología a disposición de los jóvenes, y los miedos e incompreensión de los adultos cuando hacen uso de ésta. Según Fernández, Peñalva e Irazabal (2015) y Agreda, Hinojo y Aznar (2016), los adolescentes se hacen expertos y normalizan comportamientos donde se superponen continuamente contextos reales y virtuales. Sin embargo hay una falta de comprensión por parte de los adultos, creándose confusión que les lleva a pensar en términos de usos

adictivos, o de un disfrute de ocio, o establecimiento de relaciones menos sanas por ser en su gran mayoría detrás de una pantalla. De esta manera se produce una brecha digital, y es que los actuales adolescentes, denominados por Área, Borrás y San Nicolás (2015) como Millennials, coetáneos a la revolución digital y considerados nativos digitales, hacen uso continuado y pleno de la tecnología digital en todas sus formas. Estos aspectos chocan con la concepción y usos de la tecnología de aquellos que han tenido que aprender a desenvolverse en contextos digitales en la adultez (Agreda, Hinojo y Aznar, 2016). No obstante, dilucidada la importancia que tienen las TIC en el desarrollo de los más jóvenes, sería un craso error que los adultos intenten mantenerlos en una burbuja analógica, intentando evitar el acceso. El problema no se soluciona con la prohibición, sino con la información y el trabajo para promover usos correctos, responsables y éticos (Área, Borrás y San Nicolás, 2015).

En síntesis, la adolescencia es una etapa convulsa, con muchos cambios, en los que las TIC están muy presentes. Así mismo, los jóvenes no siempre disponen de los conocimientos y competencias necesarias, para hacer un uso crítico y responsable de todo el conocimiento, información y posibilidades de interacción que encuentran en la Red.

TRABAJO DE CAMPO



3. Trabajo de campo

3.1. Contextualización del estudio

El presente estudio se lleva a cabo en un centro de Educación Secundaria, ubicado en la zona del Alto Aljarafe de la provincia de Sevilla, durante el curso académico 2016/2017.

El centro data del año 1992 con unas dimensiones reducidas, y posteriormente sufre remodelaciones para dar una mayor cabida a los alumnos de la propia localidad y de los alrededores. Dentro del centro se pueden cursar tanto los niveles de educación obligatoria como post obligatoria (ver Figura 5).

<table> <tr> <th colspan="2">Educación Secundaria Obligatoria</th></tr> <tr> <th>Curso</th><th>Líneas</th></tr> <tr> <td>1º ESO</td><td>7</td></tr> <tr> <td>2º ESO</td><td>7</td></tr> <tr> <td>3º ESO</td><td>6</td></tr> <tr> <td>4º ESO</td><td>4</td></tr> </table>	Educación Secundaria Obligatoria		Curso	Líneas	1º ESO	7	2º ESO	7	3º ESO	6	4º ESO	4	<table> <tr> <th colspan="2">Formación Profesional Básica</th></tr> <tr> <th>Curso</th><th>Líneas</th></tr> <tr> <td>1º FPB</td><td>1</td></tr> <tr> <td>2º FPB</td><td>1</td></tr> </table>	Formación Profesional Básica		Curso	Líneas	1º FPB	1	2º FPB	1
Educación Secundaria Obligatoria																					
Curso	Líneas																				
1º ESO	7																				
2º ESO	7																				
3º ESO	6																				
4º ESO	4																				
Formación Profesional Básica																					
Curso	Líneas																				
1º FPB	1																				
2º FPB	1																				
<table> <tr> <th colspan="2">Ciclo Formativo de Grado Medio (Jardinería y Floristería)</th></tr> <tr> <th>Curso</th><th>Líneas</th></tr> <tr> <td>1º CFGM</td><td>1</td></tr> <tr> <td>2º CFGM</td><td>1</td></tr> </table>	Ciclo Formativo de Grado Medio (Jardinería y Floristería)		Curso	Líneas	1º CFGM	1	2º CFGM	1	<table> <tr> <th colspan="2">Ciclo Formativo de Grado Medio (Sist. Informáticos)</th></tr> <tr> <th>Curso</th><th>Líneas</th></tr> <tr> <td>1º CFGM</td><td>1</td></tr> <tr> <td>2º CFGM</td><td>1</td></tr> </table>	Ciclo Formativo de Grado Medio (Sist. Informáticos)		Curso	Líneas	1º CFGM	1	2º CFGM	1				
Ciclo Formativo de Grado Medio (Jardinería y Floristería)																					
Curso	Líneas																				
1º CFGM	1																				
2º CFGM	1																				
Ciclo Formativo de Grado Medio (Sist. Informáticos)																					
Curso	Líneas																				
1º CFGM	1																				
2º CFGM	1																				
<table> <tr> <th colspan="2">Educación Post-obligatoria</th></tr> <tr> <th>Curso</th><th>Líneas</th></tr> <tr> <td>1º Bachillerato</td><td>4</td></tr> <tr> <td>2º Bachillerato</td><td>4</td></tr> </table>	Educación Post-obligatoria		Curso	Líneas	1º Bachillerato	4	2º Bachillerato	4													
Educación Post-obligatoria																					
Curso	Líneas																				
1º Bachillerato	4																				
2º Bachillerato	4																				

Figura 5. Docencia y líneas del centro. Fuente: elaboración propia

Hay que decir que el centro en cuestión pertenece a la red de centros TIC (Tecnología de la Información y Comunicación) de Andalucía, por lo que todas las aulas están dotadas de ordenador para el uso de los docentes, y en su mayoría de un proyector, pantalla y sistema de audio. También disponen de ordenadores portátiles y una sala de informática.

Destacar que se trata de un centro bilingüe, trabajando por medio de Aprendizajes Integrados de Contenidos y Lenguas Extranjeras (AICLE). De esta manera conjugan el aprendizaje de lenguas extranjeras (inglés) con otros contenidos curriculares, haciendo el proceso de enseñanza y aprendizaje de un modo más natural y eficaz, puesto que los alumnos hacen uso de otras lenguas en situaciones reales. La idea del centro es que los alumnos, al finalizar la ESO tengan acreditado un nivel de A2, y al finalizar la enseñanza post-obligatoria (bachillerato) tengan adquirido el nivel de B1.

3.2.Objetivos de investigación

A continuación se presentan los objetivos generales que se han planteado, y el desglose de éstos en los específicos, para dar respuesta al problema de investigación:

1. Conocer en qué emplean los jóvenes su tiempo libre, determinando la presencia que tienen las TIC
2. Conocer los usos TIC que hacen los adolescentes
 - 2.1.Determinar la frecuencia de uso de Internet por adolescentes, así como las aplicaciones utilizadas
 - 2.2.Conocer la frecuencia de uso de las redes sociales por adolescentes y cuáles son las más utilizadas
3. Determinar si existen expresiones de violencia en el uso TIC en la población juvenil
 - 3.1.Conocer situaciones de acoso con el uso del teléfono
 - 3.2.Conocer situaciones de acoso a través de redes sociales
 - 3.3.Evaluar la emergencia de nuevas formas de violencia de género con el uso de dispositivos móviles y redes sociales

3.3. Diseño metodológico

Atendiendo a los planteamientos del estudio, y siendo nuestras pretensiones el conocimiento de la realidad objeto de estudio, haremos uso de una metodología cuantitativa. En concreto trabajaremos con el método no experimental descriptivo mediante un estudio tipo encuesta o “survey”, teniendo en cuenta que gracias a esta tipología vamos a poder describir hechos o características de un área de interés de manera objetiva y comprobable (Colás, 1992), y siendo nuestras finalidades:

- la descripción de las características definitorias de la población objeto de estudio,
- identificar fenómenos relevantes

El uso de este método nos va a permitir explorar estos aspectos, recogiendo la información necesaria para describir y explorar el fenómeno objeto de estudio, así como identificar posibles problemas, realizar comparaciones y evaluaciones, y principalmente permitirá tomar decisiones en base a los resultados obtenidos (Colás, 1992). En el caso concreto del centro participante en el estudio, existe una especial sensibilidad con respecto al uso que hacen los más jóvenes de la tecnología. Sensibilidad que es compartida con el ayuntamiento de la localidad en el que se encuentra emplazado, siendo algunos de sus objetivos diseñar e implementar un programa relacionado con las TIC, sirviendo esta investigación como base del mismo.

3.3.1. Población y muestra del estudio

La población objeto de nuestro estudio serán los alumnos de la educación secundaria obligatoria, es decir, el alumnado de 1º a 4º de la ESO.

En cifras estamos hablando que nuestra población sería la recogida en la Tabla 1:

Tabla 2

Población del estudio

<i>Educación Secundaria Obligatoria</i>		
Curso	Líneas	Nº Alumnos
1º ESO	7	189
2º ESO	7	197
3º ESO	6	164
4º ESO	4	134
<i>Total alumnos</i>		<i>684</i>

Por facilidad de acceso a la población, por cuestiones organizativas y de tiempo, se trabajó con una muestra compuesta por el alumnado de 2º y 3º de ESO, teniendo así acceso a los datos de trescientas sesenta y una personas. Y a la hora de acceder a esa muestra, por diversos motivos (enfermedad, absentismo, expulsiones, etc. del alumnado) realmente recabamos datos de doscientas ochenta y siete personas. La forma de selección de la muestra, evidencia que se ha realizado un muestreo no probabilístico incidental, es decir que, los responsables de la investigación aprovecharon aquellos sujetos de la población que les eran más fácilmente accesibles (Buendía, 1992).

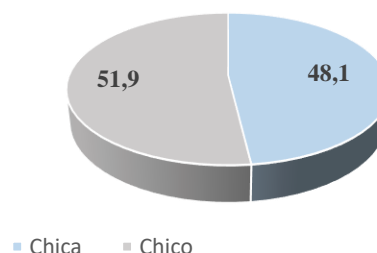
Para poder caracterizar a los sujetos participantes en el estudio realizado, a continuación se presentan los datos obtenidos para las variables asociadas a los datos sociodemográficos de éstos.

En cuanto al sexo (ver Tabla 3 y Gráfico 2), hemos de decir que del total de la muestra participante en el estudio, tenemos que los chicos están representados por el 51,9%, y las chicas por el 48,1%.

Tabla 3
Distribución por sexo

	Frecuencia	%
Chica	138	48,1
Chico	149	51,9
Total	287	100,0

Gráfico 2
Porcentajes de la variable sexo



Con respecto a la edad de los sujetos, a pesar de haber trabajado con segundo y tercero de la ESO, la distribución de frecuencias para esta variable es entre los 13 y los 17 años (ver Tabla 4), siendo la media de edad de 14,17 años. Dentro del intervalo referido, los sujetos de 14 años son los más comunes (ver Tabla 5). Y además podemos afirmar que, dentro del conjunto, la mayoría de valores se concentra en las edades comprendidas entre los 13 y 15 años, representando un 89,2% del total, frente a los valores de 16 y 17 años, que tan sólo representan un 10,8%.

Tabla 4

Distribución frecuencias y porcentajes según edad

	Frecuencia	%	% acumulado
13	72	25,1	25,1
14	129	44,9	70,0
15	55	19,2	89,2
16	27	9,4	98,6
17	4	1,4	100,0
Total	287	100,0	

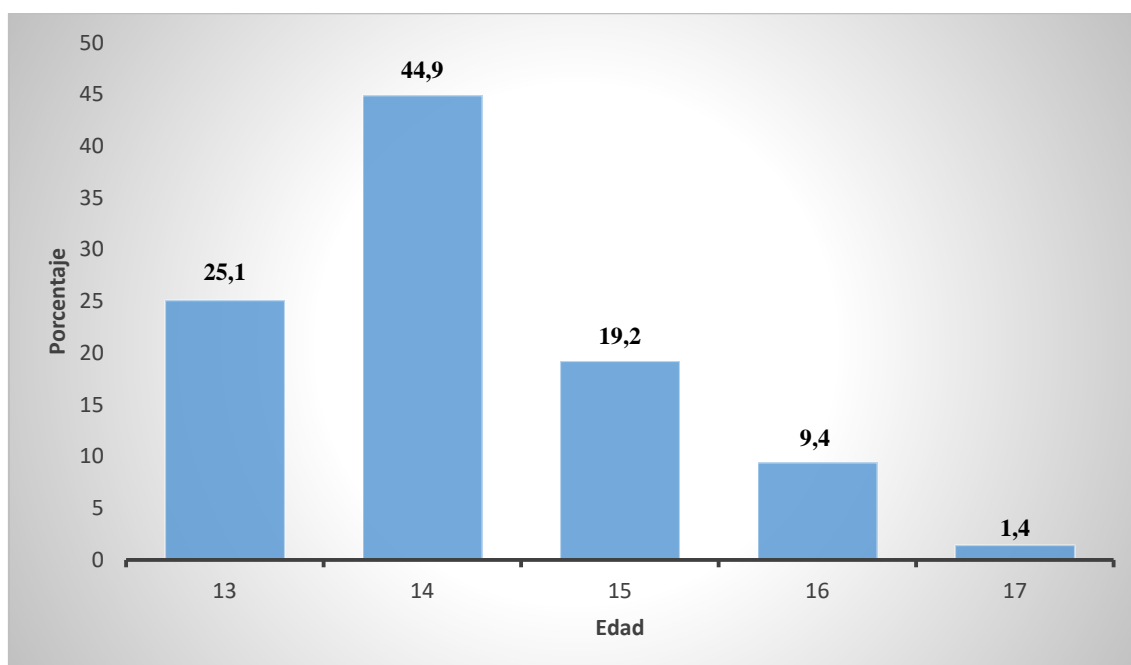
Tabla 5

Media y moda de la variable edad

Media	14,17
Moda	14

Gráfico 3

Distribución de porcentajes según la edad



La variable número de hermanos se configuraron los valores, en función de las respuestas ofrecidas por los sujetos, hay que tener en cuenta que la pregunta se formulaba para que respondieran teniendo en cuenta al propio sujeto. En este caso encontramos una distribución de frecuencias entre no tener hermanos (hijo único) y ser hasta 9 hermanos. El valor que más se repite es el que indica que ser dos hermanos en el seno familiar es lo más frecuente, con un 47.7%, seguido de tres hijos con un 31.7% (Ver Tabla 6 y Gráfico 4).

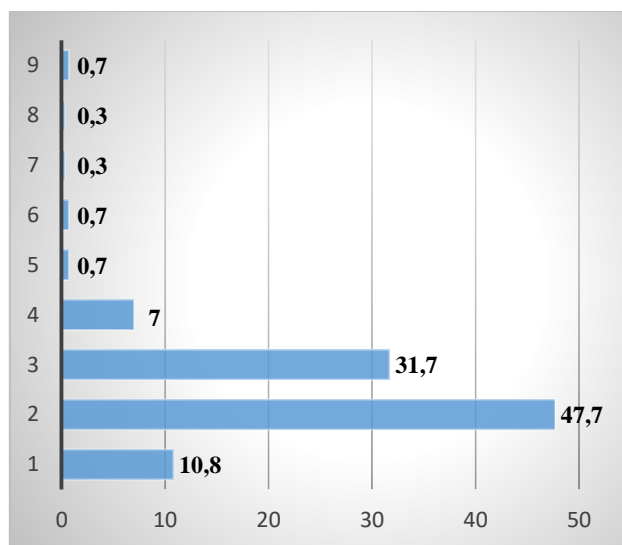
Tabla 6

Distribución frecuencia y porcentajes de n° hermanos

	Frecuencia	%
1	31	10,8
2	137	47,7
3	91	31,7
4	20	7,0
5	2	,7
6	2	,7
7	1	,3
8	1	,3
9	2	,7
Total	287	100,0

Gráfico 4

Porcentajes para variable n° hermanos



En cuanto al lugar que ocupan los sujetos de la muestra, dentro del número de hijos en la familia tenemos que decir que el 47,00% (Tabla 7) ocupa el primer puesto, valor más repetido dentro del intervalo de valores. Si bien hay que matizar que del total de la muestra el 10,8% (Tabla 6) es hijo/a único/a. Los siguientes valores que más se repiten, son lo de ocupar el segundo puesto con un 28,8% y el tercer puesto con un 20,0%.

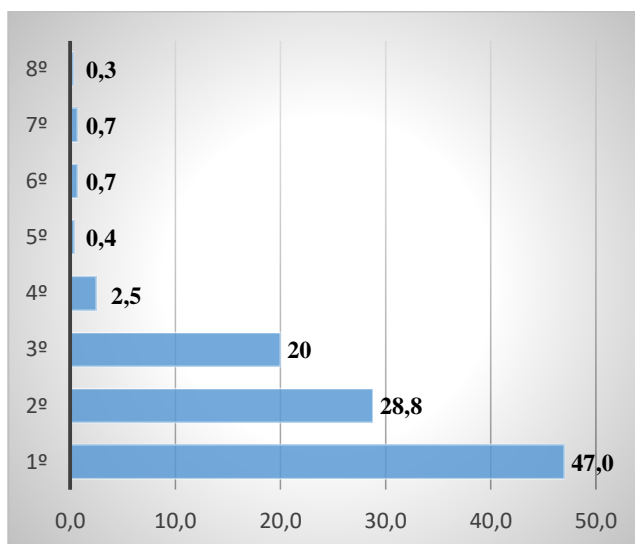
Tabla 7

Distribución frecuencia y porcentajes del lugar que ocupas

	Frecuencia	% válido
1°	134	47,0
2°	82	28,8
3°	57	20,0
4°	7	2,5
5°	1	,4
7°	2	,7
8°	2	,7
Total	285	100,0
Perdidos	2	
Total	287	

Gráfico 5

Porcentajes para lugar que ocupas



Haciendo alusión al país de procedencia del alumnado, hemos de decir que hay varios orígenes: España, Cuba y Marruecos. Sin embargo, el 98.3% del alumnado es de origen español (ver Tabla 8).

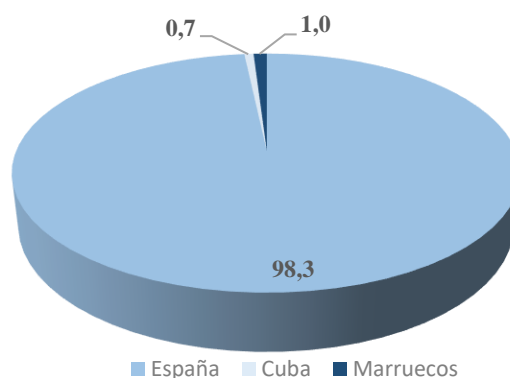
Tabla 8

Distribución frecuencia y porcentajes de procedencia sujetos

	Frecuencia	%
España	282	98,3
Cuba	2	,7
Marruecos	3	1,0
Total	287	100,0

Gráfico 6

Porcentajes para variable procedencia



Atendiendo al país de procedencia de los progenitores del alumnado, hemos de decir que hay varios orígenes: España, Marruecos, Portugal, Inglaterra, Australia, Alemania, EE.UU, Cuba, Bélgica y Francia. No obstante hay que decir que la procedencia española es la predominante con un 94.4%, siendo el 5,6 el porcentaje que ocupan el resto de procedencias (ver Tabla 9).

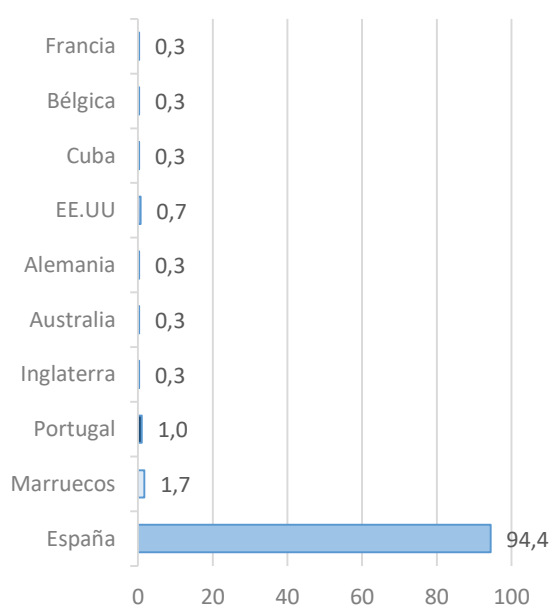
Tabla 9

Distribución frecuencia y porcentajes de procedencia progenitores

	Frecuencia	%
España	271	94,4
Marruecos	5	1,7
Portugal	3	1,0
Inglaterra	1	,3
Australia	1	,3
Alemania	1	,3
EE.UU	2	,7
Cuba	1	,3
Bélgica	1	,3
Francia	1	,3
Total	287	100,0

Gráfico 7

Porcentajes para procedencia de los progenitores



De los sujetos con los que hemos trabajado, el 75,6% reside en la localidad de Olivares, mientras que el 21,3% lo hace en Albaida del Aljarafe, ambas opciones son las que toman mayores valores en la muestra cómo podemos comprobar en la Tabla 10.

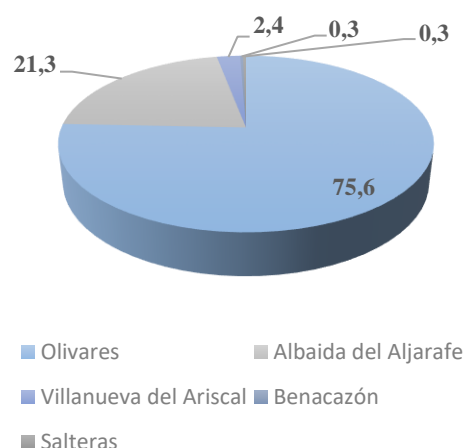
Tabla 10

Distribución frecuencia y porcentajes de localidad de residencia

	Frecuencia	%
Olivares	217	75,6
Albaida del Aljarafe	61	21,3
Villanueva del Ariscal	7	2,4
Benacazón	1	,3
Salteras	1	,3
Total	287	100,0

Gráfico 8

Porcentajes para la variable localidad residencia



Con respecto a la variable que hace alusión a la profesión del padre, una vez recogidos los datos de los sujetos, se categorizó y finalmente se agruparon los datos entorno a esas categorías como se puede ver en la Tabla 11 y Gráfica 9. Como podemos observar, hay 24 valores perdidos, y con respecto a los doscientos sesenta y tres que se obtuvieron: el 71,5% de los padres de los sujetos que han participado en el estudio son asalariados por cuenta ajena, seguidos de un 11,8% y 9,9% que son funcionarios y autónomos, respectivamente.

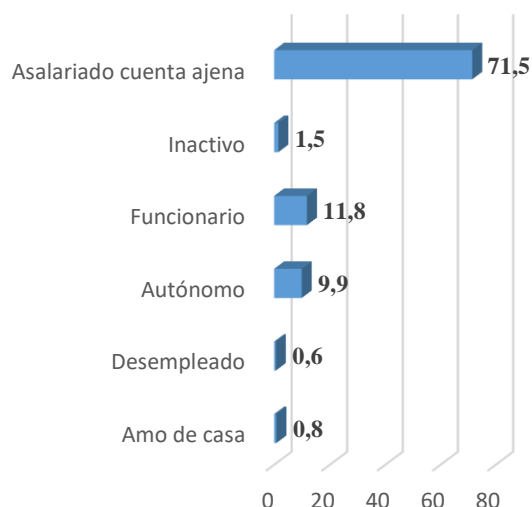
Tabla 11

Distribución frecuencia y porcentajes de profesión padre

	Frecuencia	% válido
Amo de casa	2	,8
Desempleo	12	4,6
Autónomo	26	9,9
Funcionario	31	11,8
Inactivo	4	1,5
Asalariado por cuenta ajena	188	71,5
Total	263	100,0
Perdidos	24	
Total	287	

Gráfico 9

Porcentajes variable profesión padre



En lo que respecta a la ocupación de la madre, podemos comprobar en la Tabla 12 que del total de las 287 respuestas, tenemos 13 perdidas. Centrándonos en los sujetos que han respondido, el 50% de las madres tienen como ocupación ser ama de casa, seguidas de un 35,0% que son asalariadas por cuenta ajena y el 10,6% que son funcionarias.

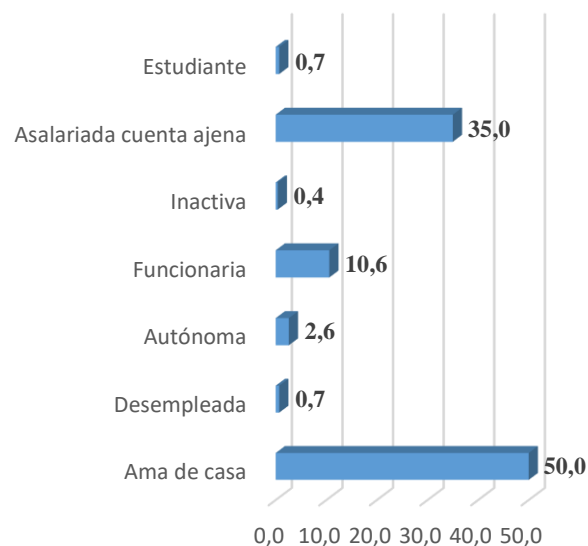
Tabla 12

Distribución frecuencia y porcentajes de profesión madre

	Frecuencia	% válido
Ama de casa	137	50,0
Desempleo	2	,7
Autónoma	7	2,6
Funcionaria	29	10,6
Inactiva	1	,4
Asalariada por cuenta ajena	96	35,0
Estudiante	2	,7
Total	274	100,0
Perdidos	13	
Total	287	

Gráfico 10

Porcentajes variable profesión madre



Como ya se comentó en epígrafes anteriores, los sujetos con los que se ha trabajado son los que están en los cursos de 2º y 3º de ESO, y del total de los participantes, el 54% corresponde al curso de 2º, y el 46% restante son de 3º (Ver Tabla 13).

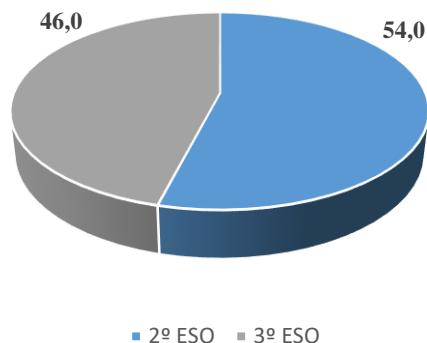
Tabla 13

Distribución frecuencia y porcentajes de curso

	Frecuencia	%
2º ESO	155	54,0
3º ESO	132	46,0
Total	287	100,0

Gráfico 11

Porcentajes variable curso



A la cuestión que se les planteaba a los sujetos acerca de si se consideraban buenos estudiantes, o no, el 69,3% de la muestra ha respondido afirmativamente, frente al 30,3% que considera que no lo es (Tabla 14 y Gráfico 12).

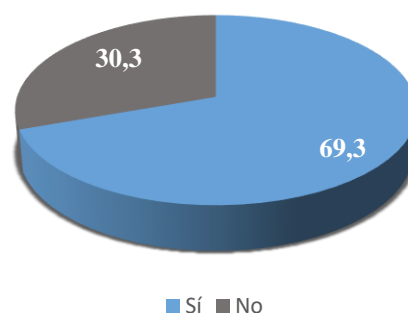
Tabla 14

Distribución frecuencia y porcentajes buen estudiante

	Frecuencia	%
Sí	199	69,3
No	87	30,3
Total	286	99,7
Perdidos	1	,3
Total	287	100,0

Gráfico 12

Porcentajes variable buen estudiante



Se les planteó a los sujetos cuestiones relativas a relaciones de pareja, haciendo alusión tanto a si mantenían una relación en la actualidad, y en caso negativo si las habían tenido anteriormente. En el primero de los casos, el 18,2% de los estudiantes reconocen tener una relación de pareja en la actualidad, frente el 81,8% que no la tiene (ver Tabla 15).

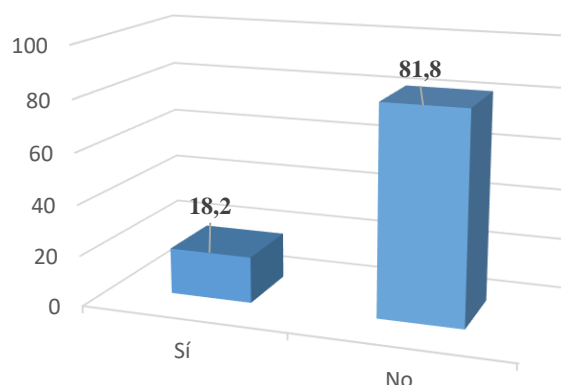
Tabla 15

Distribución frecuencia y porcentajes pareja actualmente

	Frecuencia	% válido
Sí	52	18,2
No	234	81,8
Total	286	100,0
Perdidos	1	
Total	287	

Gráfico 13

Porcentajes variable pareja actualmente



En cuanto a haber tenido relaciones de pareja con anterioridad (ver Tabla 16), el 67,6% afirma que sí que las ha tenido, mientras que el 32,4% reconoce que hasta la fecha no ha mantenido una relación amorosa nunca.

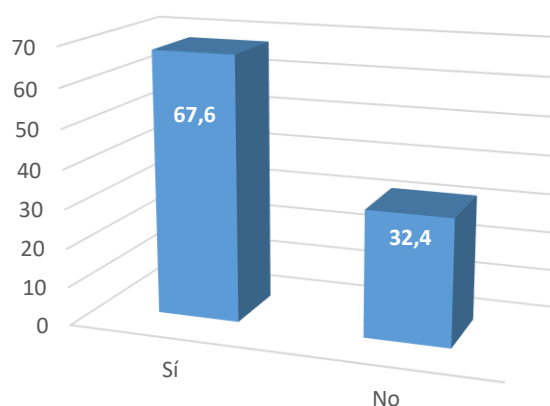
Tabla 16

Distribución frecuencia y porcentajes pareja anteriormente

	Frecuencia	% válido
Sí	192	67,6
No	92	32,4
Total	284	100,0
Perdidos	3	
Total	287	

Gráfico 14

Porcentajes variable pareja anteriormente



A continuación presentamos una serie de *variables asociadas al uso de las tecnologías*, incluidas en las diferentes dimensiones del cuestionario, y que se han extraído para incluirlas como definitorias de la muestra de sujetos participantes en el estudio. Para empezar comenzaremos con la edad a la que los sujetos participantes comenzaron a utilizar móvil. Inicialmente hay que destacar que hay 64 valores perdidos, fueron 223

sujetos los que contestaron a esta pregunta. De esos 223, se extrae la distribución de frecuencias y porcentajes (Tabla 17), vemos que los sujetos comienzan a hacer uso del teléfono móvil entre los cinco y los catorce años, siendo la media de 10,91 años (Tabla 18). El valor más frecuente es 12 años, representa un total de 29,1%. Finalmente destacar que el 90,50% de los sujetos, a los 12 años ya han comenzado a usar móviles.

Tabla 17

Distribución frecuencia y porcentajes edad de uso del móvil

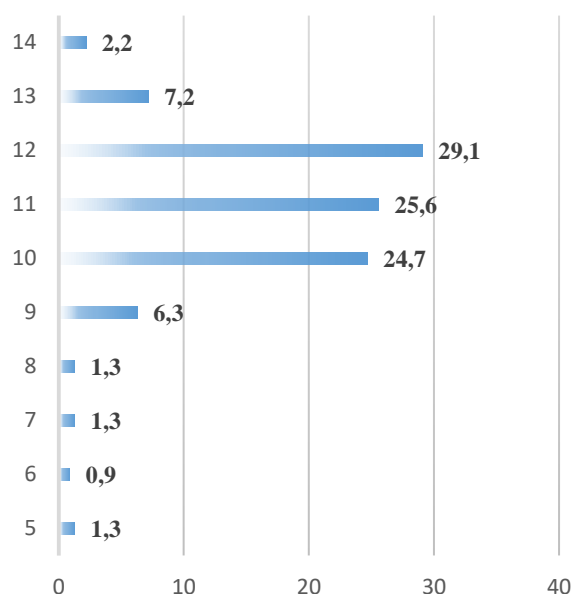
Edad	Frecuencia	% válido	% acumulado
5	3	1,3	1,3
6	2	,9	2,2
7	3	1,3	3,6
8	3	1,3	4,9
9	14	6,3	11,2
10	55	24,7	35,9
11	57	25,6	61,4
12	65	29,1	90,5
13	16	7,2	97,8
14	5	2,2	100,0
Total	223	100,0	
Perd.	64		
Total	287		

Tabla 18

Media y moda para edad de uso del móvil

Media	10,91
Moda	12

Gráfico 15. Porcentajes para edad de uso del móvil



Los sujetos también respondieron a la cuestión “Edad a la que comenzaste a conectarte a Internet” (ver Tabla19 y Gráfica 16). Con respecto a esta variable, comentaremos que el rango para el comienzo de uso oscila entre los 4 y los 14 años, siendo la media de 10,16 (Tabla 20). El valor más frecuente dentro de los valores es la edad de 10 años, destacando que a la edad de 12 años el 94,5% de los sujetos ya han comenzado a utilizar Internet.

Tabla 19

Distribución frecuencia y porcentajes edad de uso de Internet

	Frecuencia	% válido	% acumulado
4	3	1,1	1,1
5	3	1,1	2,2
6	11	4,0	6,2
7	14	5,1	11,3
8	17	6,2	17,5
9	31	11,3	28,7
10	63	22,9	51,6
11	59	21,5	73,1
12	59	21,5	94,5
13	10	3,6	98,2
14	5	1,8	100,0
Total	275	100,0	
Perd.	12		
Total	287		

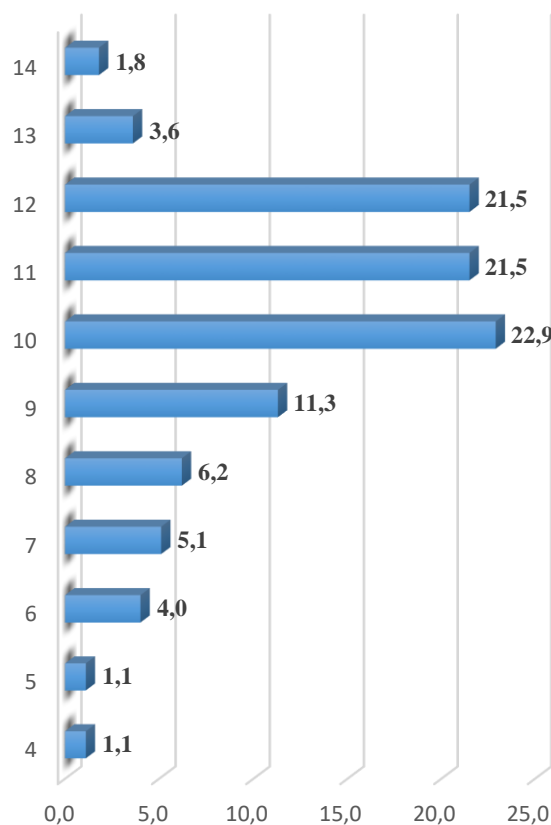
Tabla 20

Media y moda para edad de uso de Internet

Media	10,16
Moda	10

Gráfico 16

Porcentajes para edad de uso de Internet



A continuación se les preguntaba acerca de la libertad de conexión en Internet y como se evidencia en la Tabla 21, el 85,0% de la muestra dispone de total libertad a la hora de conectarse a la red.

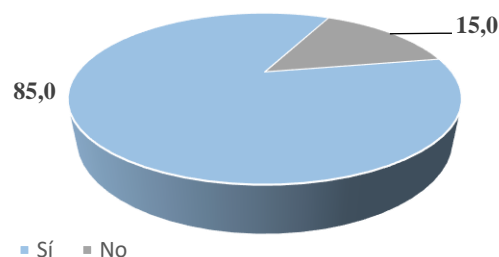
Tabla 21

Distribución frecuencia y porcentajes libertad conexión Internet

	Frecuencia	%
Sí	244	85,0
No	43	15,0
Total	287	100,0

Gráfico 17

Porcentajes para libertad de conexión a Internet



Seguidamente se les preguntaba por los lugares en los que principalmente utilizaban internet, y como se puede observar en la Tabla 22, la diferencia es levemente superior en el porcentaje del acceso en cualquier lugar desde el móvil 51,6%, frente al 48,1% desde casa.

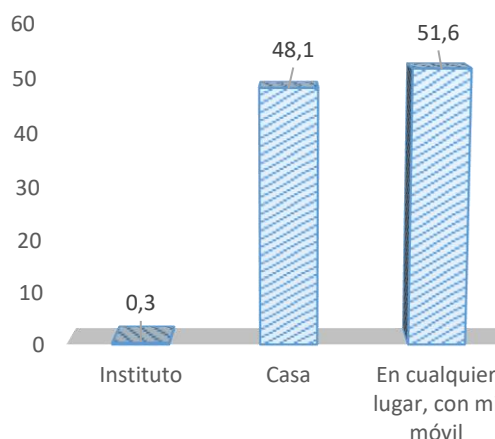
Tabla 22

Distribución frecuencia y porcentajes lugar de conexión

	Frecuencia	%
Instituto	1	,3
Casa	138	48,1
En cualquier lugar con mi móvil	148	51,6
Total	287	100,0

Gráfico 18

Porcentajes para lugar de conexión



Continuando con las edades en las que comienzan a iniciarse con determinados usos TIC, en este caso continuamos con la edad a la que comenzaron a utilizar herramientas de comunicación. Hay que remarcar que en esta variable hemos tenido un total de 35 valores perdidos, obteniendo respuesta tan sólo de 252 sujetos. De ese total que ha respondido hemos podido obtener que el rango de edad en el que empiezan a hacer uso de las herramientas de comunicación se encuentra comprendido entre los 4 y los 14 años, siendo la media de edad de 10,96 (ver Tablas 23 y 24). El valor más frecuente son los doce años, y es también a esta edad donde el 92,5% de los sujetos ya usa estas herramientas.

Tabla 23

Distribución frecuencia y porcentajes edad de uso herramientas de comunicación

	Frecuencia	% válido	% acumulado
4	2	,8	1,6
6	3	2,0	3,6
7	1	,4	4,0
8	4	1,6	5,6
9	12	4,8	10,4
10	51	20,2	30,6
11	77	30,6	61,2
12	79	31,3	92,5
13	14	5,6	98,2
14	7	2,8	100,0
Total	252	100,0	
Perd.	35		
Total	287		

Gráfico 19

Porcentajes para edad de uso de herramientas de comunicación

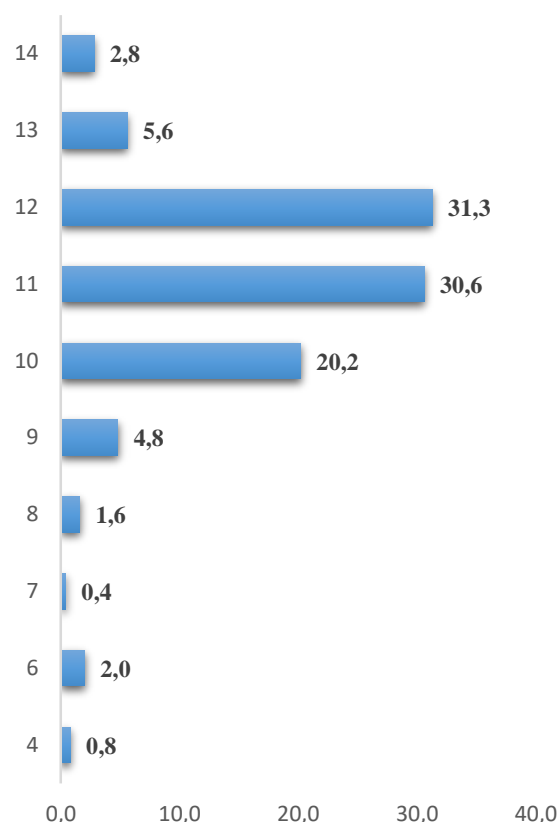


Tabla 24

Media y moda para edad de uso de herramientas de comunicación

Media	10,96
Moda	12

Finalmente presentaremos los datos que caracterizan a la población en cuanto a la edad a la que comenzaron a hacer uso de las redes sociales. Hay que decir que en la Tabla 25 se recogen 25 valores perdidos, de los cuales 11 son porque no tienen redes sociales, y en consecuencia no hay una edad de comienzo de uso de las mismas. Han sido 262 los que han respondido a esta cuestión que se les planteaba, en sus respuestas vemos que el rango de edades en las que comienzan a hacer uso de las redes sociales se encuentra comprendido entre los 6 y los 15 años, siendo el valor más frecuente los 12 años y la media de edad de 12 (ver Tabla 26)

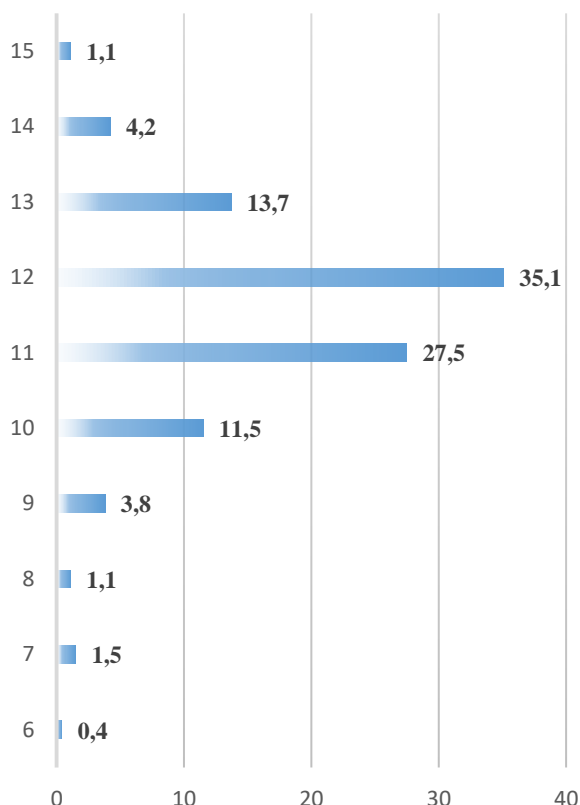
Tabla 25

Distribución frecuencia y porcentajes edad de uso redes sociales

	Frecuencia	% válido	% acumulado
6	1	,4	,4
7	4	1,5	1,9
8	3	1,1	3,1
9	10	3,8	6,9
10	30	11,5	18,3
11	72	27,5	45,8
12	92	35,1	80,9
13	36	13,7	94,7
14	11	4,2	98,9
15	3	1,1	100,0
Total	262	100,0	
Perd.	25		
Total	287		

Gráfico 20

Porcentajes para edad de uso redes sociales


Tabla 26

Media y moda para edad de uso de redes sociales

Media	11,49
Moda	12

Sintetizando, hemos de decir que la muestra está compuesta por 287 sujetos. Tienen edades comprendidas entre los 13 y los 17 años, sin diferencias significativas de sexo, que durante el año académico 2016/2017 se encuentran cursando 2º y 3º de ESO, y que en su mayoría se percibe así mismo como buen estudiante. Según los datos, por término medio los sujetos pertenecen a familias donde lo frecuente es tener entre dos y tres hijos, donde el 47% de estos son los primogénitos. Son de procedencia española, al igual que sus padres, además de residentes en poblaciones del Alto Aljarafe. Casi tres cuartas partes de los padres son asalariados por cuenta ajena, mientras que el 50% de las madres son amas de casa y el 35% asalariada por cuenta ajena.

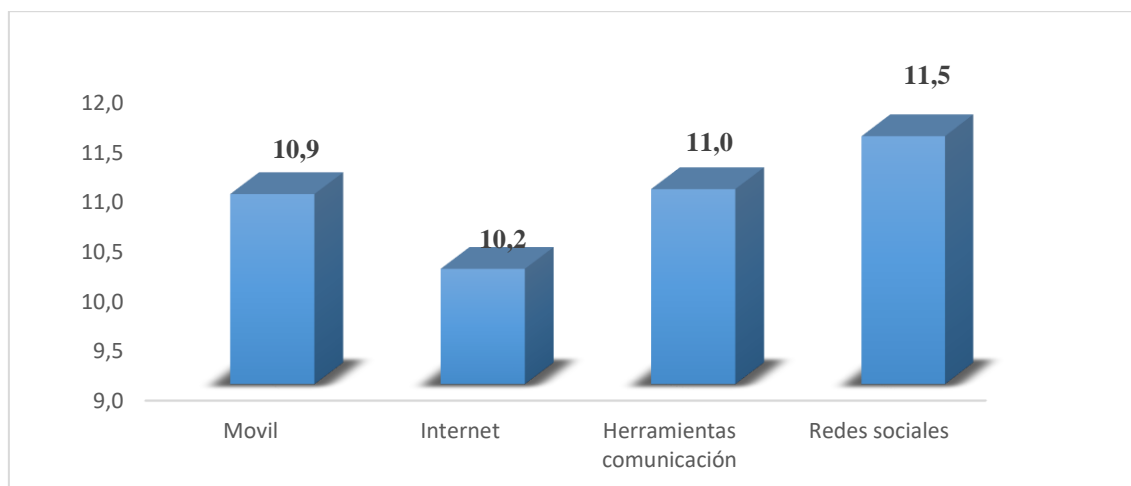
En lo que respecta a relaciones amorosas hay que decir que en el momento de cumplimentar el cuestionario, el 81,8% afirmaba no tener pareja. Si bien es cierto que, el

67,6% afirmaba que anteriormente sí que la había tenido, frente a un 32,40% que no ha tenido nunca.

Finalmente, en cuanto a las tecnologías se refiere, hay que decir que las medias de edad a las que comienzan a acceder a éstas se recogen en la Gráfica 21.

Gráfica 21

Medias edad de acceso a TICs



3.4. Técnicas de recogida de datos

En esta investigación, la técnica de recogida de datos es la encuesta. De esta manera se accedería a la información que nos proporcionaría la muestra por medio de la formulación de preguntas, en nuestro caso concreto por medio del cuestionario como instrumento que nos permitirá recopilar los datos necesarios (Ver Anexo I).

El cuestionario es un instrumento que nos permitirá acceder a un mayor número de sujetos, y por ende a una mayor cantidad de datos, en un menor tiempo. Este instrumento lleva la ventaja implícita de mayor intimidad del sujeto a la hora de cumplimentarlo, y el investigador podrá analizar de forma objetiva la información (de carácter cuantificable) minimizándose las inferencias. Sin embargo tiene la limitación de tener que formular las cuestiones por adelantado, haciendo que éste recoja todas las dimensiones y aspectos sobre los que queremos recabar datos, haciendo que sea lo más claro posible, sin necesidad de que existan explicaciones complementarias para poder rellenarlo. Se trata de una interacción impersonal entre el investigador y los sujetos objeto de estudio, donde el primero se encuentra representado por medio del cuestionario.

La extensión del instrumento utilizado es amplia, algo que a priori podría parecer un obstáculo a la hora de contar con la implicación de la muestra. Aspecto que fue subsanado de manera eficaz, gracias a la implicación e interés del centro educativo, que en todo momento se mostraron sensibles al estudio y a la importancia y utilidad de los datos que se podrían obtener del mismo, por lo que desde dirección y departamento de orientación, nos planificaron y destinaron una hora completa de tutoría de cada uno de los grupos de la muestra, con la finalidad de asegurar el mayor número de cuestionarios devueltos (Padilla, 2002).

En el caso de este estudio, el cuestionario utilizado ha sido una adaptación actualizada del elaborado por el Grupo de Investigación, Evaluación y Tecnología Educativa (GIETE), instrumento que fue utilizado para llevar a cabo una Investigación de Excelencia titulada “Escenarios, tecnologías digitales y juventud en Andalucía” (Colás, González y de Pablos, 2013). La versión inicial del cuestionario fue revisada por un panel de expertos (n=8), todos ellos investigadores especialistas en Tecnología Educativa, sirviendo para mejorar la redacción y contenido de la propuesta hecha.

Para el presente estudio el instrumento no se ha sometido al juicio de expertos, por tratarse de una adaptación de las dimensiones de Tiempo libre, Móviles, Internet, Comunicación instantánea, Televisión y Redes sociales.

3.4.1. Diseño del instrumento

Como se mencionó en epígrafes anteriores, el método elegido para recoger los datos fue la encuesta, concretamente hicimos uso del cuestionario como instrumento. Atendiendo a la extensión del mismo, y a las características de la muestra, los cuestionarios se cumplieron sobre papel en la hora de tutoría de cada uno de los cursos participantes.

El cuestionario en cuestión se compone de 41 ítems, que componen las dimensiones del mismo:

- I. **Datos de identificación.** En ella se recogen los datos que caracterizarán a la muestra, donde se incluyen datos sociodemográficos del sujeto como: el sexo, edad, número de hermanos, el lugar que ocupa, país, país de tus padres, localidad, profesión del padre, profesión de la madre. Datos académicos como el curso y su consideración como estudiante. Finalmente las edades de acceso a las tecnologías (móvil, internet, redes sociales), así como la libertad y lugares de conexión.

II. Uso del Tiempo libre. Donde se desglosa una serie de opciones para que los sujetos indiquen por medio de una escala Likert la frecuencia con la que hacen cada una de ellas (1=Nunca y 4=siempre). A continuación se muestran las opciones facilitadas: ir de compras, ver TV, practicar deporte, navegar por Internet, estar con mi pareja, estar con mi familia, ir al cine, conciertos, teatro, etc., escuchar música, ir a las fiestas de mi localidad (Semana Santa, El Rocío,...), salir de botellona, hacer excursiones con mis amigos/as, viajar con mi familia.

III. Móviles. En esta dimensión tenemos dos partes diferenciadas, por un lado los usos de estos dispositivos, donde de nuevo por medio de una escala Likert graduada de 1 a 4 (nunca; siempre) indicarán los usos que hacen entre el siguiente listado: realizar llamadas, estar en contacto con mis amigos/as, estar en contacto con mi pareja, conectarme a Internet, escuchar música, como reproductor de MP3, grabar audio, hacer y ver fotos, hacer y ver vídeos, agenda, jugar y bajar videojuegos.

La otra parte que compone esta dimensión es la relativa a situaciones de acoso, se les pregunta si conocen situaciones de este tipo a través de móvil. Cómo son esos casos mostrándoles varias opciones (grabando con la cámara del móvil y difundiendo en youtube las imágenes, enviando mensajes ofensivos, enviando amenazas, otros) y los motivos del acoso (freaki, empollón, discusión y pelea, novio/a, envidias, otros)

IV. Internet. De nuevo los sujetos indican en una escala Likert, donde 1 es nunca y 4 siempre, las razones y frecuencias de sus conexiones a Internet. Los sujetos disponían de la siguiente relación de motivos: estar en contacto con mis amigos/as, estar en contacto con mi pareja, subir fotos para compartirlas, ver vídeos, programas de TV o películas, comprar cosas que me gustan, realizar trabajos escolares, vender objetos, realizar consultas y resolver dudas, aficiones, ver películas y series, y buscar información que me interese.

V. Comunicación instantánea. Dimensión que recoge herramientas de mensajería instantánea: WhatsApp, Messenger de Facebook, Messenger de Twitter y Messenger de Instagram. Los sujetos deben indicar la frecuencia con la

que las usan (1 nunca; 4 siempre). Y posteriormente indicar los motivos por los que las usan, en este caso debe marcar entre las opciones que se le presentan: mantener contacto con compañeros de clase, charlar con amigos de otra ciudad o país, charlar con familiares, quedar u organizar un encuentro, ligar, preparar trabajos, contactar con alguien en concreto, desconectar y pasar rato de charla, y estar en contacto con mi pareja.

VI. Televisión. En esta dimensión inicialmente se les pide que marquen los programas que ven en televisión: series, anuncios, programas de música, programas (Gran Hermano, Sálvame,...), concursos, programas de deporte, documentales, informativos y debates. Para posteriormente indicar la frecuencia (diariamente, algunos días de la semana, algunos días al mes, ocasionalmente). Y en el caso concreto de las series, también indicarán las razones por las que deciden verlas.

VII. Redes sociales. En esta dimensión, se presenta a los sujetos un listado de redes sociales: Facebook, Instagram, Twitter, Snapchat, Pinterest y Tumblr. Para que entre todas ellas marquen las que usan, e indiquen la frecuencia de uso (diariamente; ocasionalmente), si tienen libertad de conexión, los usos y motivos de estos usos. Finalmente se les presentan cuestiones sobre acoso en la red: si tienen conocimiento sobre ellas, los tipos y el motivo del acoso.

VIII. Móviles, redes sociales y parejas. Esta es la última dimensión del cuestionario, en este caso se presenta a los sujetos una relación de afirmaciones en las que pueden verse identificados, o bien pueden asociar a relaciones de pareja de su entorno. En este caso los sujetos tendrán que marcar todas aquellas opciones que reconozcan en sí mismo o en su entorno próximo.

Como se observa, el cuestionario está compuesto en su mayoría por ítems donde deben indicar su respuesta de manera graduada mediante las escalas que se les presentan, y por otro lado ítems de elección múltiple.

3.4.2. Análisis de fiabilidad y validez del instrumento

Para que nuestro estudio tenga la fundamentación que requiere una investigación, será necesario comprobar la fiabilidad y la validez del instrumento utilizado. En este caso se realizarán directamente las pruebas al cuestionario, una vez que el total de la muestra lo ha cumplimentado.

Para estimar la *fiabilidad* del instrumento, utilizamos el método de consistencia interna Alpha de Cronbach. El coeficiente resultante demuestra la fiabilidad total de la escala, obteniendo un valor muy positivo próximo a 1 como observamos en la tabla 4. No obstante, si este coeficiente toma valores comprendidos entre 0,6 y 0,8 lo podremos considerar como fiable. En nuestro trabajo se analizará la fiabilidad para cada una de las dimensiones, y para el cuestionario en su totalidad como podemos ver en la Tabla 27. En ésta podemos observar que el coeficiente global obtenido tiene un valor de 0,688, lo que se traduce en garantía de fiabilidad del instrumento, por tener estar comprendido entre 0,6 y 1. No obstante, si atendemos a cada una de las dimensiones por separado vemos que la dimensión 1 y la 4 toman valores bajos, lo que se traduce en la necesidad de revisarlas para realizar las modificaciones oportunas que nos proporcione mayor fiabilidad de cara a nuevas investigaciones.

Tabla 27

Fiabilidad del Instrumento

Dimensiones del cuestionario		Nº Ítems	Alfa de Cronbach
D1	Tiempo libre	12	0,429
D2	Móviles	11	0,616
D3	Internet	13	0,578
D4	Comunicación instantánea	4	0,378
D5	Televisión (Frecuencia)	9	0,508
D5	Televisión (Motivos)	9	0,511
Fiabilidad Global		58	0,640

A continuación se presentará el análisis de fiabilidad detallado para cada una de las cinco dimensiones (Tablas 28 a 32):

Para la dimensión 1, en concreto, la escala sólo mejora si se elimina el ítem “Practicar deporte”. Sopesando el valor que aporta al estudio, se determina prescindir de él a favor de mejorar la fiabilidad del instrumento. A continuación mostramos en la Tabla 28 el coeficiente Alpha de Cronbach si se elimina el elemento.

Tabla 28

Fiabilidad de la 1ª dimensión del cuestionario

D1. TIEMPO LIBRE	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
Ir de compras	30,90	11,043	,199	,343
Ver televisión	30,37	11,005	,126	,364
Practicar deporte	30,40	11,869	-,043	,429
Navegar por Internet	30,03	11,465	,092	,375
Estar con mi pareja	31,55	10,726	,068	,396
Estar con mi familia	29,96	11,118	,184	,347
Ir al cine, conciertos, teatro,...	31,21	11,163	,222	,340
Escuchar música	30,00	11,382	,120	,366
Ir a las fiestas de mi localidad	30,26	10,387	,195	,337
Salir de botellona	31,89	10,598	,188	,341
Hacer excursiones con mis amigos/as	31,05	10,640	,224	,330
Viajar con la familia	30,81	10,940	,126	,364

Tabla 29

Fiabilidad de la 2ª dimensión del cuestionario

D2. MÓVILES	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
Realizar llamadas	28,78	18,792	,247	,598
Estar en contacto con mis amigos/as	27,83	19,457	,298	,595
Estar en contacto con mi pareja	29,36	17,193	,216	,617
Conectarme a Internet	28,02	18,923	,306	,590
Escuchar música, como reproductor MP3	28,12	18,066	,348	,579
Grabar audio	28,95	16,994	,416	,561
Hacer y ver fotos	28,44	16,998	,525	,545
Hacer y ver vídeos	28,71	16,861	,455	,553
Agenda	29,50	18,939	,138	,624
Jugar	28,73	18,920	,147	,622
Bajar videojuegos	29,10	18,884	,134	,626

Tabla 30

Fiabilidad de la 3ª dimensión del cuestionario

D3. INTERNET	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
Estar en contacto con mis amigos	27,24	21,146	,268	,553
Estar en contacto con mi pareja	28,67	20,417	,135	,589
Subir fotos para compartirlas (Facebook, Instagram, Flickr,...)	28,03	19,608	,370	,529
Ver vídeos (Youtube), programas de TV o películas	27,64	20,384	,295	,546
Comprar cosas que me gustan	29,06	21,577	,139	,577
Realizar trabajos escolares	28,16	21,496	,143	,576
Vender objetos	29,51	22,237	,175	,569
Realizar consultas y resolver dudas	28,43	20,322	,245	,556
Estudiar	28,63	21,116	,172	,571
Mis aficiones (música, videojuegos,...)	27,75	19,830	,325	,538
Ver películas y series	28,37	19,214	,334	,534
Por trabajo o para algo con lo que me saco unos euros	29,55	22,717	,085	,580
Buscar información que me interesa	28,12	19,912	,349	,534

Tabla 31

Fiabilidad de la 4ª dimensión del cuestionario

D4. MÓVILES	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
WhatsApp	5,69	2,849	,190	,339
Messenger Facebook	8,16	2,296	,273	,239
Messenger Twitter	8,16	2,603	,142	,375
Messenger Instagram	6,54	1,705	,245	,276

Para la dimensión 5, la escala sólo mejora si se elimina el ítem “programas de música”. Sopesando el valor que aporta al estudio, se determina prescindir de él a favor de mejorar la fiabilidad del instrumento. A continuación mostramos en la Tabla 32 el coeficiente Alpha de Cronbach si se elimina el elemento

Tabla 32*Fiabilidad de la 5ª dimensión del cuestionario*

D5. TELEVISIÓN (Frecuencia)	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
Series	29,03	40,329	,195	,381
Anuncios de publicidad	26,98	39,989	,148	,395
Programas de música	27,17	33,066	,057	,508
Programas (GH, GHVip, Sálvame, MHyV, Gandía Shore, Doble tentación, etc.)	27,86	40,356	,121	,405
Concursos (Pasapalabra, Ahora caigo, Boom, etc.)	28,16	37,978	,287	,346
Programas de deporte	27,95	36,341	,273	,342
Documentales	26,78	42,439	,117	,405
Informativos	27,84	36,337	,289	,336
Debates (Al rojo vivo, En el punto de mira, El objetivo, etc.)	26,62	40,747	,237	,374

A continuación, se analiza la **validez** del instrumento utilizado en la investigación, por medio de un análisis factorial de los componentes principales. Con la prueba Kaiser Meyer-Olkin (KMO) y el test de esfericidad de Bartlett verificaremos las relaciones entre variables, y significatividad de las mismas, en cada una de las escalas del cuestionario. Para ello tomaremos en consideración un valor significativo cuando $KMO \geq 0.6$, con un grado de significación $\leq 0,05$. A continuación se presentan los resultados obtenidos del análisis para cada una de las dimensiones.

En primer lugar, la dimensión “tiempo libre”, en la Tabla 33 vemos la adecuación del análisis factorial de los datos.

Tabla 33*Prueba de KMO y Barlett dimensión 1*

Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin.	,694
Prueba de esfericidad de Bartlett	,000

Continuando con el análisis, se extraen cinco factores cuyos valores superan la unidad y que explican el 58, 89% de la varianza (Tabla 34).

Tabla 34*Varianza total explicada dimensión 1*

Componente	Autovalores iniciales			Sumas de las saturaciones al cuadrado de la extracción			Suma de las saturaciones al cuadrado de la rotación		
	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado
1	1,906	15,882	15,882	1,906	15,882	15,882	1,725	14,377	14,377
2	1,682	14,015	29,897	1,682	14,015	29,897	1,490	12,418	26,796
3	1,335	11,126	41,023	1,335	11,126	41,023	1,391	11,590	38,386
4	1,141	9,512	50,536	1,141	9,512	50,536	1,235	10,288	48,674
5	1,002	8,351	58,886	1,002	8,351	58,886	1,225	10,212	58,886

Para conocer las variables asociadas a cada factor, se complementa el análisis mediante los resultados obtenidos del método de rotación Varimax. En este análisis se identifican aquellos ítems que saturan bien con cada uno de los cinco factores obtenidos en el análisis anterior. A excepción de un ítem, todos toman valores > 0.4 (Tabla 35), pudiendo afirmar que la muestra de ítems se adecua a la escala, y que los elementos que la componen guardan relación entre sí.

Tabla 35*Matriz de componentes rotados dimensión 1*

	Componente				
	1	2	3	4	5
Ir de compras	,254	-,144	,017	,424	,521
Ver televisión	-,029	-,082	,743	-,135	,171
Practicar deporte	,172	-,016	,173	-,721	-,133
Navegar por Internet	-,152	,159	,704	,146	-,082
Estar con mi pareja	,064	,745	-,042	-,146	,049
Estar con mi familia	,361	-,444	,298	-,104	,416
Ir al cine, conciertos, teatro, etc.	,524	,129	-,097	,047	,291
Escuchar música	,199	,068	,382	,643	-,204
Ir a las fiestas de mi localidad (Semana Santa, El Rocío, etc.)	-,055	,324	,051	-,042	,736
Salir de botellona	-,016	,717	,188	,204	,169
Hacer excursiones con mis amigos/as	,786	,086	,057	-,060	-,150
Viajar con mi familia	,733	-,197	-,162	,029	,080

La categorización alterativa, resultante de la comunalidad de los ítems, recoge que el componente uno hace referencia a un ocio activo y cultural, experiencial. El componente dos engloba los ítems que hacen referencia a actividades que se inician en la etapa, donde la importancia la adquiere el grupo de iguales. El tres relacionado con las TICs, y el cuatro asociado a la música. Finalmente el cinco hace alusión a ocio donde participa el entorno más cercano y familiar.

En la segunda dimensión “móviles”, con KMO= 0,702 y significación < 0,05 (Tabla 36) comprobamos la adecuación del análisis.

Tabla 36
Prueba de KMO y Barlett dimensión 2

Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin.	,702
Prueba de esfericidad de Bartlett	,000

En la Tabla 37 podemos ver que se han extraído tres factores cuyo valor es superior a 1, y que explican el 52.61% de la varianza de la dimensión en cuestión.

Tabla 37
Varianza total explicada dimensión 2

Componente	Autovalores iniciales			Sumas de las saturaciones al cuadrado de la extracción			Suma de las saturaciones al cuadrado de la rotación		
	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado
1	2,848	25,894	25,894	2,848	25,894	25,894	2,346	21,330	21,330
2	1,848	16,804	42,698	1,848	16,804	42,698	1,828	16,617	37,947
3	1,090	9,910	52,608	1,090	9,910	52,608	1,613	14,661	52,608

De nuevo mediante el método de rotación Varimax (Tabla 38), conoceremos las variables que se asocian a cada uno de los componentes. Comprobamos que todos, a excepción de un ítem, superan el valor 0,4.

Tabla 38*Matriz de componentes rotados dimensión 2*

	Componente		
	1	2	3
Realizar llamadas	,438	,057	,039
Estar en contacto con mis amigos/as	,131	-,033	,736
Estar en contacto con mi pareja	,369	,049	,072
Conectarme a Internet	,121	,246	,600
Escuchar música, como reproductor MP3	,380	-,063	,479
Grabar audio	,646	-,257	,352
Hacer y ver fotos	,730	-,109	,356
Hacer y ver vídeos	,727	-,002	,192
Agenda	,602	-,016	-,428
Jugar	-,002	,915	,055
Bajar videojuegos	-,006	,917	,047

La categorización resultante de la comunalidad recoge que el componente uno hace referencia usos de comunicación e interacción con terceros. El componente dos engloba los ítems que hacen referencia uso individual. Y finalmente el componente tres que hace alusión a un uso lúdico.

A continuación, realizamos el mismo procedimiento con la dimensión tres del cuestionario “Internet”. Los valores arrojados por el análisis, de nuevo nos muestran la adecuación del mismo (Tabla 39).

Tabla 39*Prueba de KMO y Barlett dimensión 3*

Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin.	,666
Prueba de esfericidad de Bartlett	,000

Tenemos cuatro componentes principales que superan la unidad, y que explican la dimensión representando un 52.20% de la varianza (Tabla 40).

Tabla 40

Varianza total explicada dimensión 3

Componente	Autovalores iniciales			Sumas de las saturaciones al cuadrado de la extracción			Suma de las saturaciones al cuadrado de la rotación		
	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de la varianza	% acumulado	Total	% de la varianza	% acumulado
1	2,351	18,085	18,085	2,351	18,085	18,085	1,865	14,344	14,344
2	1,635	12,576	30,661	1,635	12,576	30,661	1,694	13,028	27,372
3	1,587	12,209	42,870	1,587	12,209	42,870	1,644	12,645	40,016
4	1,213	9,330	52,200	1,213	9,330	52,200	1,584	12,184	52,200

Con la rotación Varimax (Tabla 41), comprobamos como se establecen las relaciones entre los cuatro componentes principales extraídos, comprobando que todos ellos superan el valor 0,4.

Tabla 41

Matriz de componentes rotados dimensión 3

	Componente			
	1	2	3	4
Para estar en contacto con mis amigos/as	,192	,123	-,255	,680
Para estar en contacto con mi pareja	-,121	-,115	,197	,713
Subir fotos para compartirlas (Facebook, Instagram, Flickr, etc.)	,303	,054	,048	,685
Ver vídeos (Youtube), programas de TV o películas	,786	,054	-,066	-,036
Comprar las cosas que me gustan	-,027	,053	,642	,133
Realizar trabajos escolares	,012	,725	-,174	-,075
Vender objetos	,048	,002	,740	,056
Realizar consultas y resolver dudas	,110	,667	-,033	,060
Estudiar	-,129	,688	,263	-,042
Para mis aficiones (música, videojuegos, etc.)	,754	-,037	,005	,128
Para ver películas y series	,608	,087	,168	,150
Por trabajo o para algo con lo que me saco unos euros	,096	-,037	,664	-,171
Para buscar la información que me interesa (direcciones, lugares, noticias, etc.)	,350	,449	,059	,204

La categorización alternativa recogería que el componente uno hace referencia a un uso relacionado con aficiones y gustos propios. El dos engloba los ítems que hacen referencia a uso académico y de conocimiento. El tres para usos que implican consumo o ventas. Y finalmente el componente cuatro que hace alusión a un uso más social y de interacción con terceros.

En la validez de la cuarta dimensión “comunicación instantánea”, los valores de las pruebas (Tabla 43) se adecúan a las consideraciones establecidas, obteniéndose de nuevo un análisis factorial adecuado a los datos.

Tabla 42

Prueba de KMO y Barlett dimensión 4

Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin.	,602
Prueba de esfericidad de Bartlett	,000

En la Tabla 43, encontramos componentes que han superado el valor de uno, comprobando que los dos explican el 65,37% del total de la varianza.

Tabla 43

Varianza total explicada dimensión 4

Componente	Autovalores iniciales			Sumas de las saturaciones al cuadrado de la extracción			Suma de las saturaciones al cuadrado de la rotación		
	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de la varianza	% acumulado	Total	% de la varianza	% acumulado
1	1,416	35,404	35,404	1,416	35,404	35,404	1,317	32,924	32,924
2	1,199	29,967	65,371	1,199	29,967	65,371	1,298	32,448	65,371

A continuación, de la matriz de componentes rotados extraemos aquellos que comparten aspectos comunes. Comprobamos que todos superan el valor de 0,4, y podemos afirmar que la muestra de ítems es adecuada a la escala, y que guardan relación entre sí (Tabla 44):

Tabla 44

Matriz de componentes rotados dimensión 4

	Componente	
	1	2
WhatsApp	,804	-,102
Messenger de Facebook	,164	,791
Messenger de Twitter	-,096	,795
Messenger de Instagram	,796	,172

En este caso la agrupación sería entorno a dos componentes, el primero hace referencia a aplicaciones que se utilizan de manera más íntima, para estar en contacto con nuestro entorno. Y el segundo a aplicaciones cuya finalidad es más de dar difusión en la red a experiencias, opiniones, pensamientos, etc.

Para finalizar, analizaremos la validez de la última escala “televisión”. Como se puede comprobar en la Tabla 45, KMO toma un valor de 0,641 y la prueba de esfericidad de Barlett aporta una significación de 0.000, por lo tanto podemos afirmar que hay adecuación del análisis factorial a los datos.

Tabla 45

Prueba de KMO y Barlett dimensión 5

Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin.	,641
Prueba de esfericidad de Bartlett	,000

En esta parte extraemos cuatro componentes que superan la unidad, y que entre todos explican el 60,67% del total de la varianza (Tabla 46).

Tabla 46

Varianza total explicada dimensión 5

Componente	Autovalores iniciales			Sumas de las saturaciones al cuadrado de la extracción			Suma de las saturaciones al cuadrado de la rotación		
	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado
1	1,889	20,986	20,986	1,889	20,986	20,986	1,625	18,052	18,052
2	1,479	16,432	37,418	1,479	16,432	37,418	1,385	15,385	33,437
3	1,090	12,117	49,535	1,090	12,117	49,535	1,359	15,100	48,537
4	1,002	11,139	60,674	1,002	11,139	60,674	1,092	12,137	60,674

Con la matriz de componentes rotados, comprobamos la relación que guardan los ítems entorno a los cuatro componentes extraídos. Como se puede comprobar en la Tabla 47, todos los valores a excepción de uno, superan el valor 0,4 pudiéndose afirmar que la muestra de ítems es adecuada a la escala, y que los elementos están relacionados entre sí.

Tabla 47*Matriz de componentes rotados dimensión 5*

	Componente			
	1	2	3	4
Series	-,269	,196	,738	-,116
Anuncios de publicidad	,125	,161	,383	-,500
Programas de música	,034	,097	,109	,862
Programas (GH, GHVip, Sálvame, MHyV, Gandía Shore, Doble tentación, etc.)	-,443	,675	,092	,100
Concursos (Pasapalabra, Ahora caigo, Boom, etc.)	,129	,623	,254	-,012
Programas de deporte	,355	-,027	,693	,118
Documentales	,778	,078	-,105	-,177
Informativos	,679	,121	,278	,164
Debates (Al rojo vivo, En el punto de mira, El objetivo, etc.)	,361	,667	-,119	-,058

La relación de los ítems, agrupados en torno a los cuatro componentes extraídos, podría recogerse en una categorización alternativa, donde el componente uno hace referencia a programas de tipo actualidad y cultura. El componente dos engloba los ítems que hacen referencia programas donde hay interacciones y situaciones de comunicación entre los participantes. El tres se asocia a programas donde los jóvenes pueden encontrar referentes sociales. Y el cuatro programas musicales.

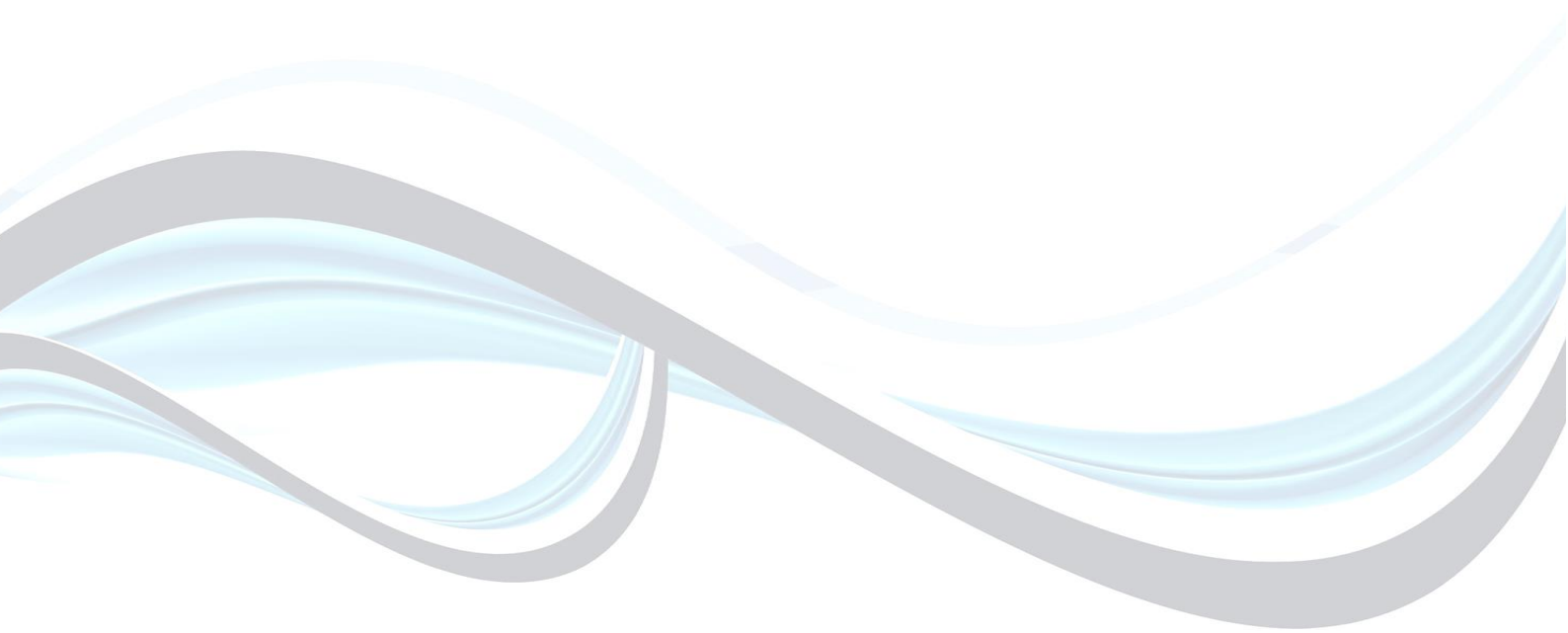
3.4.3. Proceso de recogida de información

Como ya se mencionó anteriormente, se aprovechó el contexto de las Prácticas Externas Pedagogía (4º curso) para acceder a la población objeto de estudio. En este sentido se acordó con el equipo directivo y departamento de orientación aumentar dos semanas más nuestra presencia en el centro. En una de las semanas se concentró la recogida de datos de los grupos de 2º de ESO, y en la otra los de 3º de ESO. En la página siguiente encontramos la Figura 6, donde se recoge la planificación acordada, incluye grupos, días, horas y aulas donde se materializó la recogida.

MARZO 2017				
Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
		1	2	3
6	7	8	9	10
13	14	15	16	17
20 2ºE 12.45-13.45 A-35	21 2ºG 9.15-10.15 B-152	22 2ºA 13.45-14.45 A-112	23 2ºD 12.45-13.45 A-35	24 2ºB-2ºC 8.15-9.15 SUM 2ºF 12.45-13.45 A-109
27 3ºC 13.45-14.45 A-121	28 3ºD 11.45-12.45 A-35	29 3ºE 8.15-9.15 A-27 3ºA 12.45-13.45 A-35	30	31 3ºF 11.45-12.45 A-35 3ºB 13.45-12.45 A-35

Figura 6. Planificación recogida de datos

ANÁLISIS DE RESULTADOS



4. Análisis de resultados

4.1. Técnica de análisis de datos

Una vez recogidos los datos a través del cuestionario, se realizó el análisis y tratamiento estadístico de estos, de modo que se diera respuesta a cada uno de los objetivos que plantea la investigación. Por la particularidad del estudio, que se trata de un contexto muy específico, las técnicas estadísticas sólo servirán para extrapolar los resultados y conclusiones a la población de ese contexto específico

Para este estudio, se utilizó el programa estadístico informático SPSS 21 (*Statistical Package for the Social Sciences, 21st edition*, por sus siglas en inglés).

Se utilizó para realizar los análisis pertinentes al instrumento de la investigación: la técnica del análisis factorial para comprobar la validez del cuestionario y el análisis de la fiabilidad, midiendo la consistencia interna por medio del coeficiente Alfa de Cronbach.

Igualmente se utilizó para realizar el análisis de los datos recabados, en este caso se utilizaron técnicas de análisis *descriptivas*, con el objetivo de describir los resultados obtenidos para las dimensiones del cuestionario mediante frecuencias, porcentajes, medidas tendencia central (media y moda) y desviación típica como medida de dispersión.

4.2. Presentación de resultados

En este epígrafe se presentan los resultados obtenidos y una valoración de los mismos, apoyándonos en las técnicas de análisis estadístico seleccionadas para analizar y sintetizar las respuestas recogidas mediante el instrumento utilizado. Este análisis nos permitirá tener una perspectiva global de los resultados del estudio.

4.2.1. Análisis estadístico

A través del análisis descriptivo, se codificaron las respuestas en frecuencias, porcentajes, medidas de tendencia central (medias) y medidas de dispersión (desviación típica). A este análisis le acompañan representaciones gráficas, que fueron elaboradas para facilitar de manera visual la interpretación o lectura de los resultados.

Para hacer más fácil la comprensión de la investigación, y además evidenciar el sentido de la misma, se irán presentando los distintos objetivos generales y específicos que se marcaron, y los datos y análisis asociados que darán respuesta a éstos.

Objetivo general 1. Conocer en qué emplean los jóvenes en su tiempo libre, determinando la presencia que tienen las TIC

A través de este primer objetivo, la investigación pretende establecer cuáles son las actividades que realizan, los jóvenes participantes en el estudio, en su tiempo libre. Y dentro de estas queremos visibilizar el lugar que ocupa la navegación por internet, y de esta manera posicionar los usos que estudiarán en el resto de objetivos. Los datos han sido recabados a partir de las cuestiones incluidas en la primera dimensión del cuestionario.

Como se observa en la Tabla 48, tenemos la relación de actividades que se les presentaba, y debían indicar, dentro de la escala, la frecuencia con la que las realizaban cuando disponían de tiempo libre.

Tabla 48

Distribución de frecuencias, medias y desviaciones típicas para “Tiempo libre”

Actividades que realizo en mi tiempo libre	1 Nunca	2 Ocasional	3 Algunas veces	4 Siempre	Media	Desv. Típica
Ir de compras	6,3%	33,4%	55,1%	5,2%	2,59	,688
Ver televisión	1,4%	25,8%	31,7%	41,1%	3,13	,843
Practicar deporte	6,3%	18,1%	35,2%	40,4%	3,10	,911
Navegar por Internet	0,7%	11,1%	29,6%	58,5%	3,46	,718
Estar con mi pareja	52,8%	10,5%	26,2%	10,5%	1,94	1,10
Estar con mi familia	0,7%	8,7%	27,5%	63,1%	3,53	,683
Ir al cine, conciertos, teatro, etc.	5,6%	63,1%	28,9%	2,4%	2,28	,603
Escuchar música	0,7%	9,4%	30,0%	59,9%	3,49	,694
Ir a las fiestas de mi localidad (Semana Santa, El Rocío, etc.)	5,6%	17,4%	24,4%	52,6%	3,24	,932
Salir de botellona	62,0%	18,5%	16,4%	3,1%	1,61	,870
Hacer excursiones con mis amigos/as	10,8%	41,8%	39,4%	8,0%	2,45	,791
Viajar con la familia	7,0%	38,0%	35,2%	19,9%	2,68	,870

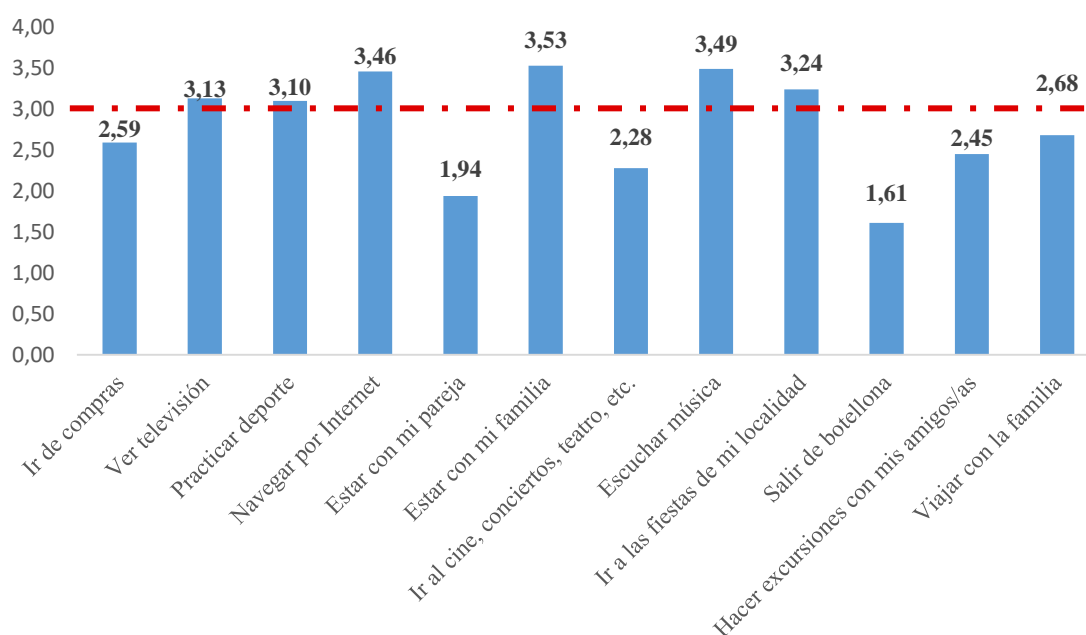
Para poder interpretar y leer mejor los resultados obtenidos, representaremos las medias obtenidas para cada uno de los ítems (ver Gráfico 22). Establecemos como criterio diferenciador que los ítems obtengan una media superior a tres, de esta manera podremos determinar cuáles son las actividades que ocupan de manera predominante el tiempo de los más jóvenes participantes en la investigación. Como podemos observar, “estar con mi

familia” es la actividad que más frecuentemente realizan con una media de 3,53, seguida de “escuchar música” y “navegar por Internet”, con medias de 3,49 y 3,46 respectivamente. Actividades como “ir a las fiestas de mi localidad” (3,24) y “ver televisión” (3,13) serían las últimas que destacaríamos según el criterio establecido.

Como podemos comprobar las diferencias existentes entre las tres primeras opciones son poco significativas y determinantes, visibilizándose que el uso de Internet está entre las actividades que más ocupan el tiempo de los jóvenes.

Gráfico 22

Medias de la dimensión “Tiempo libre”



Entre los resultados obtenidos, el asociado a la navegación por internet quedará explorado a través del resto de objetivos que fueron planteados en la investigación. Sin embargo el hecho de consumir televisión en el tiempo libre, era otro de los aspectos que interesaban a este estudio, por sus implicaciones sociales en el desarrollo de los más jóvenes y porque de alguna manera suponen un referente a la hora de adoptar comportamientos y formas de relaciones entre iguales y con las parejas. De ahí que los ítems asociados a la dimensión “Televisión”, los incorporaremos dentro de este objetivo con la finalidad de conocer qué programas ven y la frecuencia con la que lo hacen.

En la Tabla 49 podemos observar que dentro del listado que se les presentaba, los sujetos evidencian que los programas de televisión que más consumen son las series con un 87,5%, seguidos de los concursos con un 72,1% y programas (realities, prensa rosa,

citas y parejas) con un 61,3%. En el extremo opuesto, el 70,4% reconoce que no ve los anuncios, el 65,4% no tiene entre sus preferencias ver documentales, ni el 76,5% los programas de debates.

Tabla 49

Distribución de frecuencias de programas de TV vistos

Programas de televisión vistos	Sí	No
Series	87,5%	12,5%
Anuncios de publicidad	29,6%	70,4%
Programas de música	48,1%	51,9%
Programas (GH, GHVip, Sálvame, MHyV, Gandía Shore, Doble Tentación, etc.)	61,3%	38,7%
Concursos	72,1%	27,9%
Programas deporte	57,0%	43,0%
Documentales	34,6%	65,4%
Informativos	54,9%	45,1%
Debates	23,5%	76,5%

Una vez determinados los programas televisivos que más ven los sujetos de la muestra, lo siguiente era conocer la frecuencia con la que los ven, en la Tabla 50 podemos encontrar esa información, viendo que del total de sujetos que ven series, el 50,3% lo hacen diariamente. Mientras que el 46,9% reconoce que ve, diariamente o algunos días a la semana, programas del tipo realities, prensa rosa, de relaciones de pareja. Y el 52,1% igualmente ve diariamente o algunos días a la semana los programas concurso.

Tabla 50

Distribución de frecuencias de la asiduidad con la que ven programas de TV

Frecuencia con la que veo programas de TV	diariamente	algunos días a la semana	algunos días al mes	ocasional	No lo veo
Series	50,3%	26,6%	5,2%	5,9%	11,9%
Anuncios publicidad	18,9%	2,8%	1,0%	5,6%	71,7%
Programas de música	6,6%	24,8%	9,1%	8,4%	51,0%
Programas	19,6%	27,3%	5,9%	8,0%	39,2%
Concursos	19,9%	32,2%	13,3%	7,3%	27,3%
Programas deporte	34,3%	11,9%	5,9%	4,5%	43,4%
Documentales	2,8%	10,1%	11,9%	9,4%	65,7%
Informativos	27,6%	17,5%	4,9%	5,6%	44,4%
Debates	3,9%	8,4%	4,9%	6,3%	76,5%

Cómo se ha revisado en la literatura, muchas de las series que los jóvenes ven en TV suponen un referente a la hora de relacionarse y comportarse, de ahí que resultara interesante conocer los motivos por las ven, porque de ahí se podrían identificar posibles aprendizajes. En este caso el 87% reconoce que las ven porque se divierten, un 59,7% porque además les intriga y les engancha y finalmente se quiere destacar un factor que resulta algo llamativo y es que el 45,5% reconoce que les llama la atención ver el incumplimiento de las normas de los mayores (Tabla 51).

Tabla 51

Distribución de frecuencias de los motivos por los que ven series de TV

Motivos por los que veo series en TV	Sí	No
Veo adolescentes como yo que han aprendido a sobrevivir en situaciones difíciles	37,5%	62,5%
Son atrevidos, incumplen normas de los mayores	45,5%	54,5%
Me intrigan y engancha, no puedo dejar de verlos	59,7%	40,3%
Imito lo que ellos hacen y así aprendo cosas nuevas	13,4%	86,6%
Me divierto mucho	87,0%	13,0%
Los/as protagonistas son guapísimos/as	32,8%	67,2%
Experimento con mis amigos cosas que pasan en la serie	28,5%	71,5%
Me identifico con lo que ocurre entre las parejas en la ficción	14,6%	85,4%
Me visto y arreglo como los/as protagonistas	5,9%	94,1%

Objetivo general 2. Conocer los usos TIC que hacen los adolescentes

Al que daremos respuesta a través de los siguientes objetivos específicos:

- 2.1. Identificar los usos del móvil de los participantes en el estudio
- 2.2. Determinar los usos y frecuencias de uso de Internet por adolescentes
- 2.3. Conocer la frecuencia de uso de las redes sociales por adolescentes y cuáles son las más utilizadas

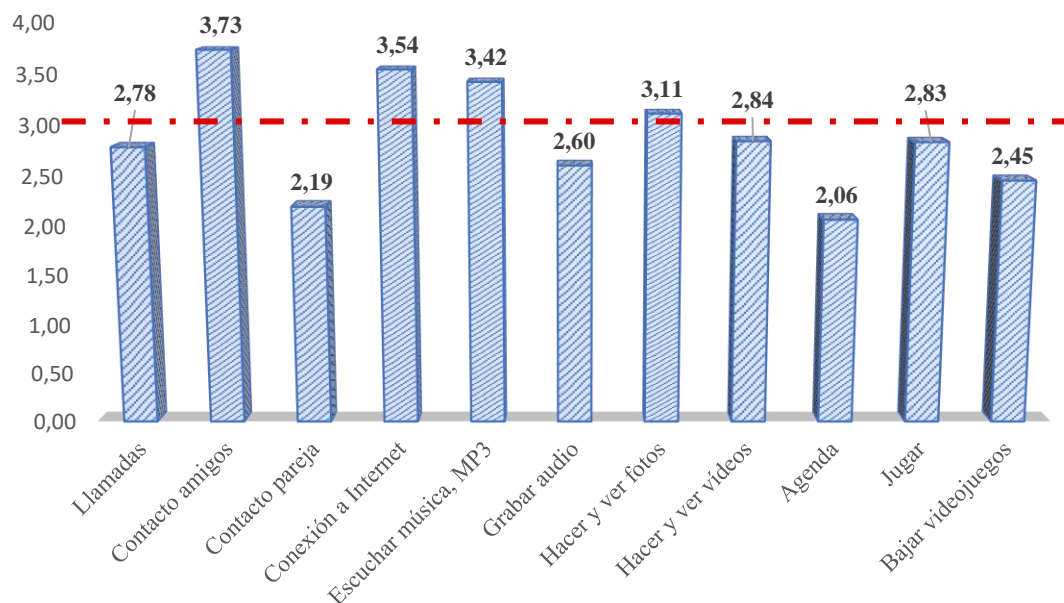
Comenzando por el primer objetivo específico “Identificar usos del móvil de los participantes en el estudio”, para ello recurriremos a los ítems incluidos en la dimensión 2 “móviles”, cuyos resultados se presentan a continuación en la Tabla 52.

Tabla 52*Distribución de frecuencias, medias y desviaciones típicas para “Móviles”*

Usos del móvil	1 Nunca	2 Ocasional	3 Algunas veces	4 Siempre	Media	Desv. Típica
Realizar llamadas	5,9%	28,6%	47,4%	18,1%	2,78	,810
Estar en contacto con amigos/as	0,0%	4,9%	17,4%	77,7%	3,73	,545
Estar en contacto pareja	50,0%	6,6%	17,5%	25,9%	2,19	1,296
Conectarme a Internet	1,0%	7,3%	28,6%	63,1%	3,54	,678
Escuchar música, MP3	5,2%	7,0%	28,2%	59,6%	3,42	,836
Grabar audio	13,9%	31,7%	34,8%	19,5%	2,60	,955
Hacer y ver fotos	3,1%	18,5%	42,2%	36,2%	3,11	,813
Hacer y ver vídeos	8,0%	27,9%	35,9%	28,2%	2,84	,927
Agenda	37,3%	30,7%	20,6%	11,5%	2,06	1,019
Jugar	11,8%	24,4%	33,1%	30,7%	2,83	,999
Bajar videojuegos	22,0%	30,7%	27,5%	19,9%	2,45	1,043

De nuevo para una mejor interpretación de los resultados obtenidos, se representarán las medias obtenidas para cada una de las opciones. Pondremos como filtro la obtención de una media con valor 3 o superior, como forma de filtrar aquellos usos que son más frecuentes entre los sujetos participantes en el estudio.

Como podemos ver en el Gráfico 23, usar el teléfono móvil para estar con contacto con los amigos, para conectarse a Internet, para escuchar música y para hacer y ver fotos, son los usos más frecuentes que le dan a estos dispositivos, ítems que alcanzan medias de 3.73, 3.54, 3.42 y 3.11 respectivamente.

Gráfico 23*Medias para “Frecuencias y usos del móvil”*

En previsión a que estar en contacto con el grupo de iguales y la conexión a Internet, iban a ser de los usos más frecuentes que los sujetos hacían, como complemento a estos resultados, en las dimensiones “Internet” y “Comunicación instantánea”, disponíamos de ítems que nos permitirían explorar cuales son:

- ✓ los principales usos cuando se conectan a Internet, y la frecuencia de éstos
- ✓ las herramientas de mensajería instantánea que más utilizaban, y los principales motivos para los que los usaban.

En lo que respecta a las principales razones y frecuencias de las conexiones a Internet, y dando respuesta al segundo objetivo específico, en la Tabla 53 podemos ver los resultados obtenidos. De nuevo atendiendo al criterio de la media obtenida, los ítems que alcanzan medias superiores a 3 son: “estar en contacto con mis amigos”, “ver vídeos, televisión y películas” y “aficiones (música, videojuegos,...). No obstante, atendiendo a la finalidad de este estudio, se ha decidido destacar el ítem “subir fotos para compartirlas (Facebook, Instagram, ...)” que aunque no tiene una media igual o superior a la establecida, toma un valor muy próximo (2,74). En el extremo opuesto, nos gustaría destacar que las opciones de “vender objetos” y “por trabajo o para algo con lo que me saco unos euros” son las que menos representan al uso que los participantes hacen de sus

conexiones a Internet, puesto que el 81,2% y 86,1% respectivamente, dicen no hacer nunca uso de estas actividades.

Tabla 53

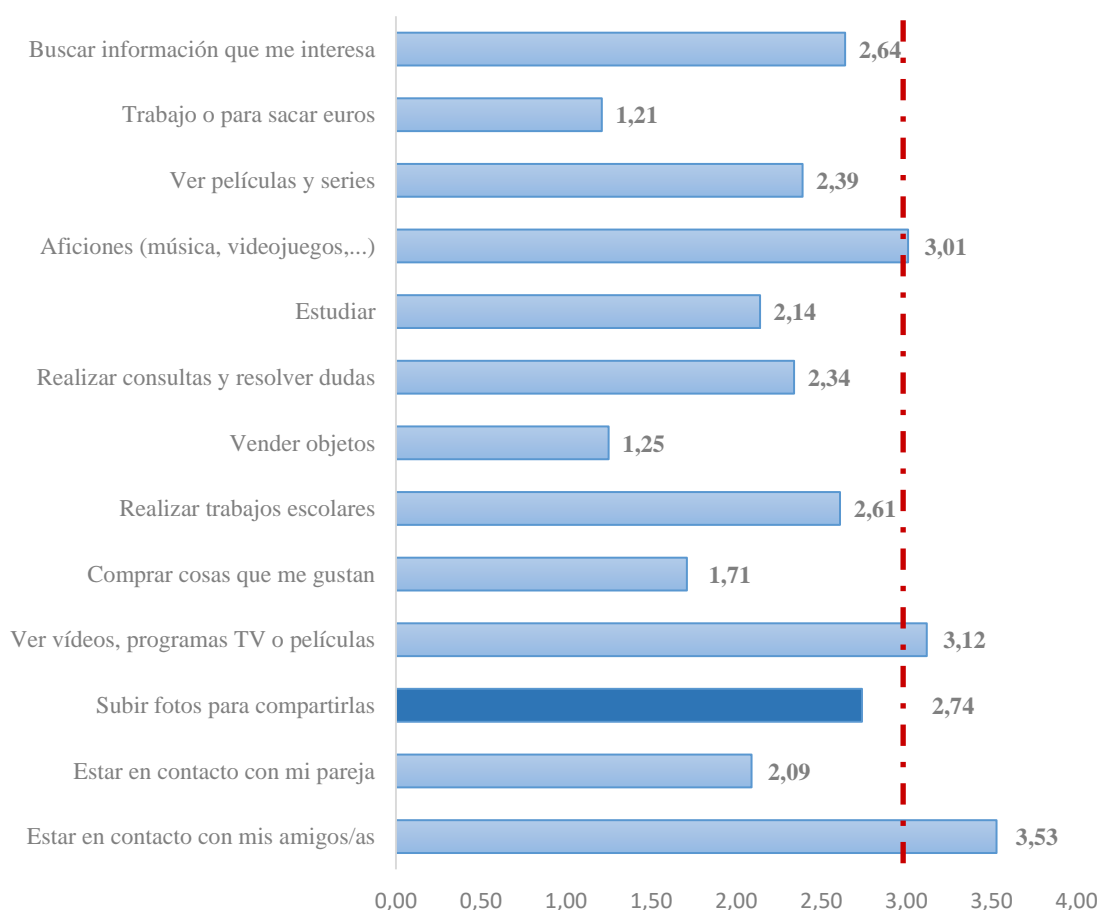
Distribución de frecuencias, medias y desviaciones típicas para “Internet”

Usos y frecuencias conexión a Internet	1 Nunca	2 Ocasional	3 Algunas veces	4 Siempre	Media	Desv. Típica
Estar en contacto con mis amigos/as	1,7%	10,1%	22,0%	66,2%	3,53	,747
Estar en contacto con mi pareja	53,0%	7,0%	18,1%	22,0%	2,09	1,259
Subir fotos para compartirlas (Facebook, Instagram, Flickr, Picassa, etc.)	12,5%	22,6%	43,6%	21,3%	2,74	,935
Ver vídeos (Youtube), programas de TV o películas	5,9%	16,4%	37,6%	40,1%	3,12	,889
Comprar cosas que me gustan	53,3%	28,6%	12,2%	5,9%	1,71	,900
Realizar trabajos escolares	15,0%	24,0%	46,3%	14,6%	2,61	,913
Vender objetos	81,2%	13,9%	3,5%	1,4%	1,25	,585
Realizar consultas y resolver dudas	25,1%	30,0%	31,0%	13,9%	2,34	1,004
Estudiar	30,3%	35,2%	25,1%	9,4%	2,14	,957
Lo necesito para mis aficiones (música, videojuegos,...)	8,7%	19,5%	33,8%	38,0%	3,01	,963
Para ver películas y series	27,2%	25,8%	27,9%	19,2%	2,39	1,081
Por trabajo o para algo con lo que me saco unos euros	86,1%	8,4%	3,8%	1,7%	1,21	,591
Para buscar información que me interesa (direcciones, lugares, noticias, etc.)	10,5%	33,8%	36,9%	18,8%	2,64	,905

Para una mejor comprensión de lo expuesto más arriba, se acompaña el Gráfico 24 donde veremos representadas las medias alcanzadas por los ítems.

Gráfico 24

Medias para “Frecuencias y conexiones a Internet”



Continuando con el análisis de esos usos que hacen los jóvenes de sus móviles, a continuación nos adentramos en mantener contacto con sus amigos. Para ello, y según la literatura revisada, utilizan herramientas y aplicaciones que les permiten comunicarse a través de mensajería instantánea, algunas de ellas como WhatsApp que ha sido diseñada expresamente para ello, y en otros casos son usos específicos que les proveen las redes sociales que más utilizan (Facebook, Twitter, e Instagram). La síntesis de resultados para este aspecto es la que se recoge en la Tabla 54 que aparece a continuación:

Tabla 54

Distribución de frecuencias, medias y desviaciones típicas para “Comunicación instantánea”

	1 Nunca	2 Ocasional	3 Algunas veces	4 Siempre	Media	Desv. Típica
WhatsApp	1,4%	3,8%	7,0%	87,8%	3,81	
Messenger Facebook	77,3%	12,2%	7,3%	3,1%	1,36	
Messenger Twitter	76,3%	12,9%	7,7%	3,1%	1,38	
Messenger Instagram	13,7%	14,7%	31,6%	40,0%	2,98	

En la tabla anterior podemos observar que WhatsApp, con una media de 3.81, es la herramienta más utilizada por los jóvenes a la hora de comunicarse, seguida del Messenger de Instagram con media 2,98. En el lado opuesto, el 77,3% de los sujetos afirma que nunca utiliza el Messenger de la red social Facebook, y el 76,3% tampoco usa nunca el de Twitter. Como complemento a esta información presentada, a continuación se les preguntaba por los motivos que originaban ese uso de herramientas que les permitía la comunicación instantánea a través de dispositivos electrónicos. Atendiendo a los resultados (ver Tabla 55), podemos observar que a excepción de las opciones de “para ligar” y “estar en contacto con mi pareja”, el resto de ítems toma valores superiores al 50%, destacando que principalmente lo usan para “quedar u organizar encuentros” (81,7%), “hablar con familiares” (79,2%) y “mantener contacto con compañeros/as de clase” (76,1%).

Tabla 55

Distribución de frecuencias motivos de uso de herramientas de comunicación instantánea

Motivos uso herramientas de comunicación instantánea	Sí	No
Mantener contacto con compañeros/as de clase	76,1%	23,9%
Charlar con amigos alejados o de otra ciudad o país	65,8%	34,2%
Hablar con familiares	79,2%	20,8%
Para quedar u organizar un encuentro	81,7%	18,3%
Para ligar	28,2%	71,8%
Para preparar trabajos	67,3%	32,7%
Para contactar con alguien en concreto	64,4%	35,6%
Para desconectar y pasar un rato de charla	56,7%	43,3%
Para estar en contacto con mi pareja	34,2%	65,8%

Finalmente daremos respuesta al objetivo específico tres “conocer los usos, frecuencias y motivos de uso de redes sociales por adolescentes, y cuáles son las más utilizadas”. Como se puede comprobar en la Tabla 56, la red social que presenta un mayor % es Instagram con un valor de 94,9%, seguida de Snapchat con 47,8%, Facebook con un 40,9% e Instagram con un 39,5%. El resto de las opciones toman valores muy bajos de representatividad. Además en la Tabla 57 se evidencia que la frecuencia de conexión para el 75,7 es diaria, y que además un 75,5% cuenta con total libertad para conectarse (Tabla 58), es decir, que no tienen a ningún adulto que les ponga normas y horarios

Tabla 56

Distribución de frecuencias de redes sociales usadas

Redes sociales	Sí	No
Facebook	40,9%	59,1%
Instagram	94,9%	5,1%
Twitter	39,5%	60,5%
Snapchat	47,8%	52,2%
Pinterest	4,3%	95,7%
Tumbrl	6,5%	93,5%

Tabla 57

Distribución de frecuencias de la asiduidad de conexión a redes sociales

Frecuencia de conexión a las redes sociales	Frecuencia	% válido
diariamente	209	75,7
algunos días a la semana	48	17,4
algunos días al mes	10	3,6
ocasionalmente	9	3,3
Total	276	100,0
Perdidos	11	
Total	287	

Tabla 58

Libertad de conexión a redes sociales

Libertad conexión	Frecuencia	% válido
Sí	206	75,5
No	67	24,5
Total	273	100,0
Perdidos	14	
Total	287	

Cuando los participantes de la muestra se conectan a las redes sociales, los principales usos que hacen de ellas son los que se muestran en la Tabla 59, evidenciándose que el uso más frecuente es el de “chatear” con un 87,2%, seguido de subir las fotos de las cosas que hago (62,2%) y conocer a otras personas (60,0%). Finalmente también se ha querido destacar el 47,3% que usa las redes para compartir sus estados de ánimo, un dato que revela que prácticamente la mitad de la muestra lo utiliza con esa finalidad. En

el extremo opuesto, los usos que apenas realizan hacen los sujetos son los relacionados con la pareja.

Tabla 59

Distribución de frecuencias de usos en redes sociales

Usos redes sociales	Sí	No
Subir las fotos de las cosas que hago	62,2%	37,8%
Subir vídeos	40,0%	60,0%
Chatear	87,2%	12,8%
Compartir con mis amigos mis estados de ánimo	47,3%	52,7%
Conocer a otras personas	60,0%	40,0%
Saber lo que están haciendo los demás	44,4%	55,6%
Darme a conocer	30,2%	69,8%
Conocer a gente que tiene intereses y hobbies como los que a mí me gustan	44,7%	55,3%
Para que mi pareja sepa en cada momento qué hago y con quién	4,4%	95,6%
Para que los demás sepan que tengo pareja y cómo es nuestra relación, evitando que se entrometan terceras personas	9,8%	90,2%

Como complemento a todo lo anterior, se indagó también en los motivos que encontraban para usar las redes sociales, evidenciándose resultados que van en la misma línea de lo obtenido anteriormente. En este caso destacaremos los ítems que han tomado mayores frecuencias, como podemos comprobar en la Tabla 60, el 87,6% lo hace para estar en contacto y compartir experiencias con sus amigos, seguido del 55,8% que lo hace porque le gusta saber lo que dicen sus amigos de las fotos que sube, experiencias que viven, etc. y finalmente el 54,9% las utiliza para hacer nuevos amigos.

Tabla 60

Distribución de frecuencias de usos en redes sociales

Motivos para el uso de redes sociales	Sí	No
Para estar en contacto y compartir experiencias con mis amigos	87,6%	12,4%
Para hacer nuevos amigos	54,9%	45,1%
Me hace sentirme bien cuando estoy triste	27,0%	73,0%
Me gusta saber lo que dicen mis amigos de las fotos que subo, experiencias que vivimos, etc.	55,8%	44,2%
Me gusta saber que gusto y lo que me valoran mis amigos	33,9%	66,1%
Puedo ser más sincero/a con mis amigos que cuando estoy con ellos	24,1%	75,9%
La red me da la posibilidad de explorar y hacer cosas que no haría de otra manera	36,5%	63,5%
Las redes sociales no son sólo lugares donde nos encontramos, sino un tipo de vida	9,9%	90,1%

Objetivo general 3. Determinar la existencia de expresiones de violencia en el uso TIC

De nuevo se da respuesta a este objetivo por medio de varios específicos. Comenzaremos abordando el primero “Conocer situaciones de acoso con el uso del teléfono”, para ello recabamos datos acerca del conocimiento que tenían de estas situaciones por móvil. El 43,7% afirmó ser conocedor de ello (ver Tabla 61), manifestando posteriormente que las formas más frecuentes en las que se produce el acoso (Tabla 63) es enviando mensajes ofensivos (76,7%) y amenazas (59,2%), siendo los motivos principales (Tabla 62) discusiones y peleas (59,1%), y envidias (46,1%).

Tabla 61

Conocimiento situaciones acoso por móvil

Conoces situaciones de acoso con el móvil	Frecuencia	% válido
Sí	124	43,7
No	160	56,3
Total	284	100,0
Perdidos	3	
Total	287	

Tabla 62

Razones acoso por móvil

Razones para el acoso por móvil	Sí	No
Es un tipo raro (friki)	33,0%	67,0%
Es un empollón	16,5%	83,5%
Por discusión y pelea	59,1%	40,9%
Dejó de salir con su novio/a	24,3%	75,7%
Por envidia	46,1%	53,9%

Tabla 63

Tipos de acoso por móvil

Tipos de acoso por móvil	Sí	No
Grabando con la cámara del móvil y difundiendo en youtube las imágenes	24,2%	75,8%
Enviando mensajes ofensivos	76,7%	23,3%
Enviando amenazas	59,2%	40,8%

En cuanto al segundo objetivo específico “Identificar situaciones de acoso a través de redes sociales”, el 46,8% de los sujetos reconoce que se dan situaciones de acoso haciendo uso de las redes sociales (Tabla 64), éstos además indican que las formas de acoso más frecuentes son la violencia verbal (77,6%) y psicológica (50,7%) (Tabla 65). En la Tabla 66 se recogen los detonantes más comunes: las envidias (42,9%) y discusiones y peleas (58,3%). Hay que destacar que el 90,2% de los participantes que conocen esas

situaciones de acoso, no identifican la normalidad y el atractivo de realizar este tipo de acciones.

Tabla 64

Distribución de frecuencias conocimiento situaciones de acoso por Redes

Acoso por Redes	Frecuencia	% válido
Sí	133	46,8
No	151	53,2
Total	284	100,0
Perdidos	3	
Total	287	

Tabla 65

Distribución de frecuencias tipos acoso en Redes

Tipos acoso en Redes	Sí	No
Violencia verbal	77,6%	22,4%
Violencia de pareja	36,6%	63,4%
Sexual	23,1%	76,9%
Psicológico	50,7%	49,3%

Tabla 66

Distribución de frecuencias motivos de acoso por Redes

Motivos del acoso por Redes	Sí	No
Es un líder	15,8%	84,2%
Es un friki	36,8%	63,2%
Es un empollón	24,8%	75,2%
En la red es algo normal, y te hace parecer interesante a los demás	9,8%	90,2%
Celos y enfados de pareja	42,1%	57,9%
Es un antiguo novio/a	27,1%	72,9%
Por envidia	42,9%	57,1%
Por discusión y pelea	58,3%	41,7%

Finalmente, para terminar de dar respuesta al objetivo general tres, abordaremos el último objetivo específico “Evaluar la emergencia de nuevas formas de violencia de género con el uso de dispositivos móviles y redes sociales”. Se les presentó a los sujetos una serie de afirmaciones (Tabla 67) para que identificaran si reconocían en sus propias parejas, o en las de su entorno algunas de las situaciones planteadas. De entre todas, las que obtuvieron los mayores porcentajes fueron: “Evitar dar Me gusta, seguir a otros chicos/as...” (60,8%), Eliminar aquellos contactos de redes sociales...” (55,9%), “Leer un mensaje de WhatsApp y no responderlo...” (48,0%) y “Darle a mi pareja las contraseñas de mi teléfono, email...” (46,1%). Se decidió destacar aquellas opciones que obtuvieron porcentajes superiores al 50% y aquellos que estuvieron muy cercanos a este valor.

Tabla 67*Distribución de frecuencias para situaciones de relaciones de pareja y TIC*

Móvil, redes sociales y parejas	Sí	No
Crear una cuenta sin que la pareja lo sepa, porque no le gusta	23,5%	76,5%
Evitar dar “Me gusta”, seguir a otros chicos/as, chatear con otros chicos/as para evitar discusiones con tu pareja	60,8%	39,2%
Enviar mi localización por WhatsApp para demostrar que digo la verdad	22,5%	77,5%
Enviar fotos para demostrar con quién y donde estoy	34,3%	65,7%
Enviar fotos para que la pareja vea que llevo puesto	21,1%	78,9%
Es necesario activar la opción de mostrar hora de última conexión, para que la pareja sepa en cada momento cuando nos conectamos	29,4%	70,6%
Leer un mensaje de WhatsApp y no responderlo para evitar desconfianzas	48,0%	52,0%
Darle a mi pareja las contraseñas de mi teléfono, email, redes sociales como muestra de que no escondo nada	46,1%	53,9%
Crear perfiles conjuntos en las redes sociales, para que todo el mundo sepa que sois pareja	25,0%	75,0%
Algún mimbrio de la pareja exige subir fotos de los dos, para que todos sepan que están juntos y evitar que se entrometan terceras personas	31,4%	68,6%
Acuerdan horas de conexión y desconexión, para evitar desconfianzas	17,2%	82,8%
Enviar por privado fotos sensuales porque a la pareja le parece una muestra de amor	32,8%	67,2%
Enseñar las conversaciones, y todos los movimientos de las redes sociales a la pareja para demostrar que no se oculta nada	29,9%	70,1%
Eliminar aquellos contactos de redes sociales y del teléfono para evitar celos y discusiones con mi pareja	55,9%	44,1%

CONCLUSIONES Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS



5. Conclusiones y discusión de resultados

Las conclusiones de este trabajo tienen como fin realizar una síntesis e interpretación de los resultados obtenidos, de modo que se facilite una visión global y mejor comprensión de las conclusiones a las que se llega con la investigación.

Primeramente se presentarán las conclusiones a las que conducen los resultados obtenidos; seguidamente se discuten los resultados, atendiendo a la literatura revisada; finalmente se presentan limitaciones del estudio y prospectiva de la investigación.

5.1. Conclusiones

En relación al empleo del *tiempo libre* se concluye que, los jóvenes principalmente lo invierten estando con su familia, escuchando música, navegando por Internet, viendo televisión y disfrutando de las fiestas de su localidad. Esta última actividad ocuparía momentos puntuales, por lo que el grueso del tiempo libre lo repartirían entre las primeras actividades. Desde un primer momento ya empezamos a evidenciar que las TIC (Internet y televisión) aparecen en el uso y disfrute del tiempo de ocio de los sujetos participantes en la investigación.

Gracias al resto de dimensiones del cuestionario se pudo ahondar en cuales eran esos usos y motivaciones de uso de la tecnología. En el caso de la televisión, tienen predilección principalmente por las series, más de la mitad de ellos las ven a diariamente, porque les resulta divertido, porque les intrigan las cosas que en ellas suceden y se enganchan, y además les atrae el hecho de que aparezcan situaciones en las que se incumplan las normas de los mayores. Los concursos y programas del tipo realities, prensa del corazón, citas y relaciones amorosas, son también de los programas de televisión más vistos, a los que le dedican tiempo de su día a día, o mínimo algunos días de la semana.

Adentrándonos en las *tecnologías* móviles y conexión a Internet, algunos de los usos que hacen los jóvenes, ya sea en su cotidianidad o en su tiempo libre, son los que presentamos sintetizados a continuación. En lo que respecta a *móviles*, evidencian que los principales usos los motivan el estar en contacto con los amigos, conectarse a Internet, escuchar música, hacer y ver fotos. Como podemos comprobar, escuchar música era una de las actividades que ocupa el tiempo libre de los más jóvenes, haciéndolo desde sus dispositivos.

En cuanto a *Internet*, la razón más frecuente que encuentran para su uso es estar en contacto con sus amigos, para ello utilizan tanto redes sociales y herramientas de

comunicación instantánea. En el caso de la mensajería instantánea, evidenciaron que las más utilizadas son WhatsApp y el Messenger que les ofrece la red social Instagram, herramientas muy integradas en el quehacer diario de los jóvenes, puesto que nos indican que las utilizan tanto para estar en contacto con la familia, para temas organizativos y quedadas, y estar en contacto con compañeros de clase. Un aspecto que se quiere destacar es que, aunque estar en contacto con la pareja ha sido un motivo que no ha tenido una frecuencia elevada, creemos que lo que evidencia está en relación con el porcentaje de los que manifiestan tener pareja, es por ello que sería bueno considerar que es otro de los principales usos de estas aplicaciones. Volviendo a los usos que hacen de la Red, otros usos frecuentes son ver vídeos, TV y películas, sus aficiones (p.e. música y videojuegos), además de subir fotos y compartirlas por las redes sociales.

Más arriba concluíamos que, uno de los usos de Internet era estar en contacto con sus amistades, haciéndolo a través de aplicaciones específicas de mensajería instantánea o haciendo uso de funciones específicas que ofrecen las redes sociales. Ya adentrándonos en *Redes sociales*, no sólo se comprueba que el Messenger de Instagram es de las herramientas más utilizadas para comunicarse entre ellos, sino que también es la red social que más usan. Tal vez el motivo del alto porcentaje de uso del chat de esta red social, es que mientras están haciendo uso de ella, encuentran la facilidad y comodidad de entablar relación y comunicación con otros usuarios. Instagram les resulta atractiva porque se trata de una red donde la protagonista es la fotografía, y teniendo en cuenta que los usos predilectos del teléfono, de internet y redes sociales son: ver y hacer fotos, subirlas y compartirlas a redes sociales, y saber que piensan de éstas, en esta red encuentran espacio donde plasmar sus gustos e intereses.

Con respecto al resto de redes que utilizarían serían Snapchat, Facebook y Twitter, ordenadas según sus preferencias. Además las tres cuartas partes de ellos manifiestan que las usan a diario, con total libertad de conexión, sin que nadie les ponga normas ni horarios. Las usan principalmente para chatear y conocer a otras personas, porque les gusta estar en contacto con sus iguales y compartir las experiencias con ellos, además de hacer nuevos amigos. También subir fotos de las cosas que hacen y compartir sus estados de ánimo, porque les gusta saber qué opinan sus amigos de las fotos que suben, de las experiencias que viven.

Finalmente, en cuanto al conocimiento de *situaciones de violencia* ejercida a través de las *TICs*, encontramos que casi la mitad de los sujetos tiene constancia de situaciones de acoso llevadas a cabo a través de los móviles y las redes sociales. En el caso del acoso con el *móvil*, se materializa en forma de mensajes ofensivos y amenazas, y motivados por discusiones, peleas y envidias. Y en las *redes sociales* atacan haciendo uso de violencia verbal y psicológica, por los mismos motivos (discusiones, peleas y envidias). Finalmente también abordábamos las posibles nuevas expresiones de violencia de género haciendo uso de móviles y redes sociales, algo más de la mitad de los sujetos manifiesta que es algo común evitar interacciones por redes sociales con la finalidad de evitar discusiones con la pareja. Incluso eliminar a aquellos contactos de redes sociales y del teléfono, con la misma finalidad, evitar discusiones. Un porcentaje muy cercano a la mitad de la muestra, también dice que evitan leer y responder mensajes de determinadas personas para evitar las desconfianzas, e incluso para facilitan contraseñas del teléfono, email y redes sociales como muestra de total transparencia.

En resumen, estamos en plena era tecnológica, tenemos el mundo a nuestro alcance con un solo “click”, y cada vez a edades más tempranas se tiene acceso a las tecnologías. La libertad en el acceso de los más jóvenes, en cuanto espacio y tiempo se refiere, hacen de las tecnologías el aliado perfecto para ocupar su tiempo libre y para usarlas como medio ideal para mantenerse comunicado y en contacto, principalmente con su entorno más cercano. Pero hay que mantenerse alerta, porque todo no son ventajas y beneficios en esos usos, y es que queda patente que la ubicuidad y falso anonimato que les ofrecen las TICs, hace que sean perfectas para nuevas expresiones de violencia.

5.2. Discusión de resultados

Atendiendo a los resultados obtenidos, y haciéndonos eco de la revisión de la literatura realizada, se evidencia la enorme presencia que tienen las nuevas tecnologías en la vida diaria de los más jóvenes. Es tal la relevancia de las TIC, que han pasado a ser elementos socializadores y configuradores de la identidad y conducta de éstos. Y es que como dicen Área, Borrás y San Nicolás (2015) por medio de los comentarios, fotos, textos, vídeos que colocan y visibilizan en la Red, se definen y construyen, reflejando lo que son y lo que les gustaría ser.

En lo que respecta al tiempo libre y las TIC, Tsitsika, Janikian, Schoenmakers, Tzavela, Ólafsson, Wójcik, Macarie, Tzavara y Richardson (2014) y (Linne y Angilletta,

2016) indican que los adolescentes las han acogido como herramienta que les ofrece la posibilidad de mantenerse comunicados e interaccionar con su entorno. Igualmente les brinda la oportunidad de disfrutar de múltiples entretenimientos. Aspectos que podemos identificar claramente en la investigación, cuando manifiestan que en su tiempo libre hacen uso de internet para mantenerse comunicados con sus amigos, ver videos, tv y películas, escuchar música y jugar a videojuegos.

En cuanto a gustos, preferencias y motivaciones de uso de herramientas y redes específicas, hemos de decir que los resultados obtenidos son coincidentes con los del Centro de Investigaciones Sociológicas (2016) y We Are Social Singapore en el 2016, siendo WhatsApp la aplicación de mensajería instantánea más utilizada para mantener contacto con su red de contactos. Sin embargo, en nuestro caso la segunda opción difiere. Estos dos estudios muestran que la segunda herramienta que prefieren los usuarios es el chat de Facebook, y en nuestro caso es el chat que encuentran en Instagram. Tal vez los motivos para ello residen en lo que ya comentábamos en el epígrafe anterior, que Instagram es la red que más utilizan y por comodidad hacen uso de todas las posibilidades que les ofrece esta red, desde la comunicación instantánea hasta la exposición y el compartir los aspectos cotidianos de su vida privada así como sus gustos e intereses por medio de imágenes.

En los efectos negativos de estos usos TIC, los resultados coinciden con los de las investigaciones de Linne y Angilletta (2016) y López, Pino, Domínguez y Álvarez, (2013), y es que en nuestra investigación también prevalece el acoso en forma de amenazas y violencia verbal y psicológica. Y en el terreno de las relaciones amorosas, en la misma línea que Martín, Montilla, Pazos y Romero (2013) vemos que la violencia se ejerce por medio del control e influencia sobre el entorno de amistades de la pareja, llevándoles a eliminar contactos para evitar discusiones, así como coaccionar la forma en las que se debe gestionar redes sociales y aplicaciones, evitando las interacciones con otras personas para evitar situaciones de celos. En nuestro caso, aparece como algo normal el dar las contraseñas de móvil y cuentas (correo, redes sociales) como muestra de amor a través de la transparencia de las gestiones e interacciones del otro.

Para concluir, y como aspecto fundamental, se hace necesario el trabajo y actuación preventiva de familias, comunidad educativa, y profesionales de la educación para educar y sensibilizar desde todos los ámbitos y de forma conjunta a edades

tempranas. Para ello será necesario el uso de modelos y escenas cercanas a los jóvenes, así como una educación y observación del uso de las redes sociales en cualquier terreno y específicamente en el de las relaciones de pareja (Martín, Montilla, Pazos y Romero, 2013).

5.3.Limitaciones del estudio

Es importante comunicar las limitaciones encontrados durante todo el proceso, por eso se incluye este epígrafe cuya finalidad no es otra que la de visibilizar los obstáculos detectados.

Una de ellas es que, la información recabada ha sido conseguida a través del cuestionario, y hubiera sido conveniente haberla complementado y cotejado con datos procedentes de otras técnicas (Padilla, 2002). Observación en el aula, o bien entrevistas o grupos de discusión con una muestra seleccionada, que nos hubiera permitido ahondar más en las cuestiones que eran objeto de nuestro estudio, y triangular los resultados de la información recabada. Sin embargo la falta de tiempo fue el inconveniente principal, no sólo por parte de los responsables del estudio, sino por el centro que nos abrió sus puertas.

Otra limitación ha sido la longitud del instrumento, y es que durante la cumplimentación de los cuestionarios, en los días y horas establecidos, se observaba que la extensión influye en la atención e implicación de los sujetos.

Para dar mayor rigurosidad, y teniendo en cuenta que a día de hoy hay un uso muy extendido de internet, prácticamente de la mayoría, es a diario, sería necesario profundizar conociendo la cantidad de horas diarias que destinan a esos diferentes usos.

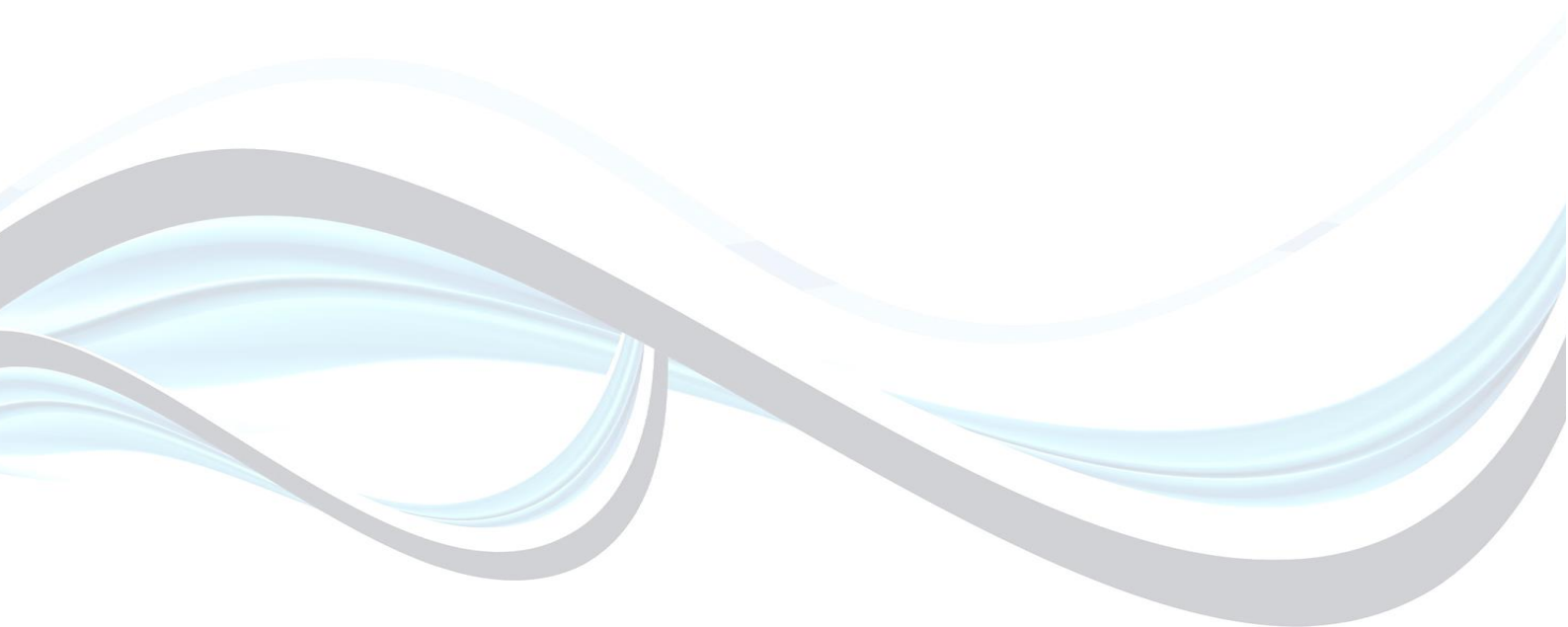
En cualquier caso, y a pesar de las limitaciones encontradas, los resultados obtenidos aportan información valiosa al campo de estudio de la relación entre los adolescentes y las tecnologías.

5.4.Prospectiva de la investigación

Dada la importancia que han cobrado las tecnologías, la rapidez con la que evolucionan, y los riesgos a los que nos exponemos con su uso, especialmente en el caso de los menores, se hace necesario un conocimiento pormenorizado de la realidad para poder intervenir sobre ella. Por lo tanto el estudio puede servir como base de intervenciones y de investigaciones sucesivas que continúen enriqueciendo el estado actual de la cuestión, como por ejemplo:

- ✓ Implicar al centro educativo, al ayuntamiento de la localidad y a familiares en una educación preventiva para un uso pleno, responsable y consciente de las tecnologías, potenciando así los beneficios y reduciendo los riesgos a los que se ven expuestos los jóvenes con el uso TIC.
- ✓ Realizar estudios específicos que nos permitan identificar correlaciones entre variables, y que permitan conocer la prevalencia de valores conducentes a esas situaciones de riesgo y expresiones de violencia online.
- ✓ Diseñar programas específicos destinados a la población adolescente, para sensibilizarlos de usos sanos y responsables.
- ✓ Diseñar programas destinados a trabajar con las familias, con la finalidad de visibilizar las tendencias de uso, los riesgos a los que se pueden ver expuestos y sensibilización sobre la responsabilidad que tienen sobre el manejo de las TIC de los menores a su cargo.

BIBLIOGRAFÍA



6. Bibliografía

- Adams, S., Freeman, A., Hall, C., Cummins, M., and Yuhnke, B. (2016). Horizon Report: K-12 Edition. Texas: The New Media Consortium.
- Agreda, M., Hinojo, M. y Aznar, I. (2016). Estudio evaluativo del impacto de las nuevas tecnologías en la juventud y adolescencia en la provincia de Granada. *Revista Estudios Hemisféricos y Polares*, 7 (4); 61-77.
- Aguinaga, J. (2016). El uso de las TIC. Su influencia en los cambios individuales y sociales. *Revista de Estudios de Juventud*, 111; 9-25.
- Alfaro, M., Vázquez, M.E., Fierro, A., Herrero, B., Muñoz, M.F., y Rodríguez, L. (2015). Uso y riesgos de las tecnologías de la información y comunicación en adolescentes de 13-18 años. *Acta Pediátrica Española*, 73 (6); pp. 126-135.
- Área, M., Borrás, J.F. y San Nicolás, B. (2015). Educar a la generación de los Millennials como ciudadanos cultos del ciberespacio. Apuntes para la alfabetización digital. *Revista de Estudios de Juventud*, 109; 13-32.
- Barker, C. (1997). Television and the reflexive project of the self: Soaps, teenage talk and hybrid identities. *The British Journal of Sociology*, 48 (4); 611-628.
- Bartrina Andrés, M.J. (2012). Análisis y abordaje del acoso entre iguales mediante el uso de las nuevas tecnologías. Barcelona: Generalitat de Catalunya. Departamento de Justicia. Centro de Estudios Jurídicos y Formación Especializada.
- Bermello, R.C. (2016). El impacto negativo de las tecnologías en los adolescentes y jóvenes. *Revista de Ciencias Médicas*, 23 (32); 158-172.
- Berner, J.E. y Santander, J. (2012). Abuso y dependencia de internet: la epidemia y su controversia. *Revista Chilena de Neuro-Psiquiatría*, 50 (3); pp. 181-190.
- Buendía, L. (1992). El proceso de investigación. Buendía, L. y Colás, P. *Investigación Educativa*. Sevilla: Ediciones Alfar.
- Carbonell, X. (2014). La adicción a los videojuegos en el DSM-5. *Adicciones*, 26 (2); 91-95.

- Castellana, M., Sánchez, X., Graner, C. y Beranuy, M. (2007). El adolescente ante las tecnologías de la información y la comunicación: Internet, móvil y videojuegos. *Papeles del Psicólogo*, 28 (3); 196-204.
- Centro Criptológico Nacional. (2016). Buenas Prácticas en Dispositivos Móviles. Recuperado de: <https://www.ccn-cert.cni.es/informes/informes-ccn-cert-publicos/1807-ccn-cert-bp-03-16-dispositivos-moviles-1/file.html>
- Centro de Investigaciones Sociológicas. (2016). Barómetro de Febrero de: Estudio nº 3128. Recuperado de: http://www.cis.es/cis/export/sites/default/-Archivos/Marginales/3120_3139/3128/es3128mar.pdf
- Chapin, J. R. (2000). Adolescent sex and mass media a developmental approach. *Adolescence*, 35 (140); 799–811.
- Chicharro, M. (2014). Jóvenes, ficción televisiva y videojuegos: espectáculo, tensión y entretenimiento. Tendencias generales de consumo. *Revista de Estudios de Juventud*, 106; 77-91.
- Cloquell, A. (2015). Usos sociales de Internet entre los adolescentes españoles. *Revista sobre la infancia y la adolescencia*, 8; pp. 1-14.
- Colás, P. (1992). Los métodos de investigación en educación. Buendía, L. y Colás, P. *Investigación Educativa*. Sevilla: Ediciones Alfar.
- Colás, P. (1992). Los métodos descriptivos. Buendía, L. y Colás, P. *Investigación Educativa*. Sevilla: Ediciones Alfar.
- Colás, P., González, T. y de Pablos, J. (2013). Juventud y redes sociales: Motivaciones y usos preferentes. *Comunicar*, 40 (XX); 15-23.
- Fernández, J., Peñalva, A. e Irazabal, I. (2015). Hábitos de uso y conductas de riesgo en Internet en la preadolescencia. *Comunicar*, 44; pp. 113-120.
- Figueras, M., Tortajada, I. y Araña, N. (2014). La erótica del “malote”. Lecturas adolescentes de las series televisivas: Atracción, deseo y relaciones sexuales y afectivas. *Revista de Estudios de Juventud*, 14; 49-61.
- Fundación Telefónica. (2016). La Sociedad de la Información en España 2016. Madrid: Editorial Ariel.

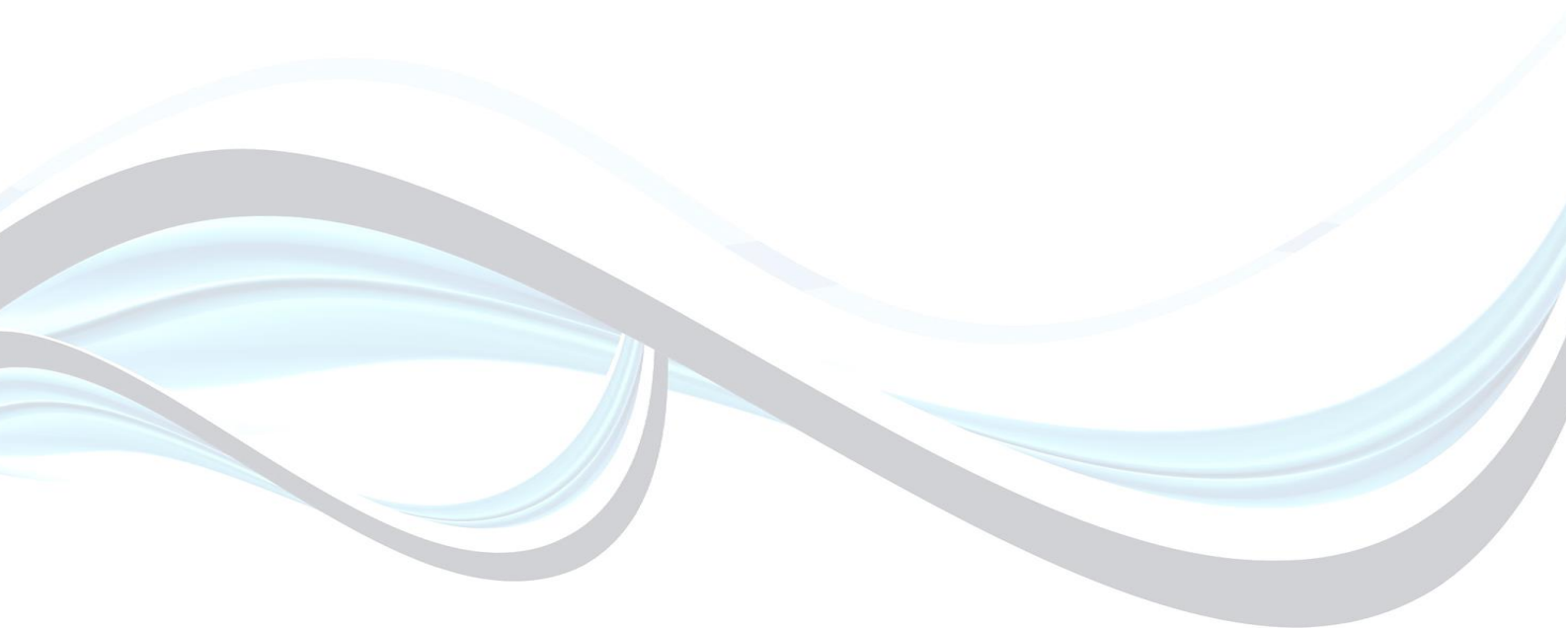
- Fundación Telefónica. (2016). Si lo vives, lo compartes. Cómo se comunican los jóvenes en un mundo digital. Madrid: Editorial Ariel.
- Garaigordobil, M. y Martínez-Valderrey, V. (2014). Efecto del Cyberprogram 2.0 sobre la reducción de la victimización y la mejora de la competencia social en la adolescencia. *Revista Psicodidáctica*, 19 (2); pp. 289-305.
- García, A., López de Ayala, M.C. y Catalina, B. (2013). Hábitos de uso en Internet y en las redes sociales de los adolescentes españoles. *Comunicar*, 41; pp. 195-204
- Gisbert, M. y Johnson, L. (2015). Education and technology: New Learning environments from a transformative perspective. *RUSC Universities and Knowledge Society Journal*, 12 (2); pp. 1-13.
- Gómez, F. y Sendín, J.C. (2014). Internet como refugio y escudo social: Usos problemáticos de la Red por jóvenes españoles. *Comunicar*, 43; pp. 45-53.
- Huertas, A. y Pantoja, A. (2016). Efectos de un programa educativo basado en el uso de las TIC sobre el rendimiento académico y la motivación del alumnado en la asignatura de Tecnología de Educación Secundaria. *Revista Educación XXI*, 19 (2); pp. 229-250.
- Instituto Nacional de Estadística. (2016). Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares.
- Instituto Nacional de Tecnologías Educativas y de Formación del Profesorado. (2012). El enganche. Blaya, R. (Coord.), *Coeducación: dos sexos en un solo mundo*; pp. 24-25. Recuperado de: http://www.ite.educacion.es/formacion/materiales/112/cd/pdfs/modulo_7.pdf
- Johnson, L., Adams, S., Cummins, M., Estrada, V., Freeman, A., y Hall, C. (2016). Horizon Report: Higher Education Edition. Texas: The New Media Consortium.
- Kemp, S. (2016). We are social: Digital in 2016. Recuperado de: <https://www.slideshare.net/wearesocialsg/digital-in-2016>
- Laguna, M.I. (2013). Estudio sobre el uso de Internet y sus aplicaciones en el alumnado de último año de carrera de la Universidad de Alicante (Tesis doctoral). Universidad de Alicante, Alicante.

- Linne JW, Angilletta MF. (2016). Violencia en la red social: Una indagación de expresiones online en adolescentes de sectores populares marginalizados del Área Metropolitana de Buenos Aires. *Salud Colectiva*; 12(2): 279-294
- Livingstone, S., Haddon, L., Görzig, A. y Ólafsson, K. (2011). Risks and safety on the internet: the perspective of European children: full findings and policy implications from the EU Kids Online survey of 9-16 year olds and their parents in 25 countries. EU Kids Online Network. Recuperado de: [http://www.lse.ac.uk/media%40lse/research/EUKidsOnline/EU%20Kids%20II%20\(2009-11\)/EUKidsOnlineIIReports/D4FullFindings.pdf](http://www.lse.ac.uk/media%40lse/research/EUKidsOnline/EU%20Kids%20II%20(2009-11)/EUKidsOnlineIIReports/D4FullFindings.pdf)
- López, A., Pino, M., Domínguez, J. y Álvarez, E. (2013). Ciberbullying en las aulas: incidencia, signos de alerta y propuestas didácticas. En Gázquez, J. J., Pérez, M. C. y Molero, M. M. (Comps.), *La Convivencia Escolar: Un acercamiento multidisciplinar*; pp. 445 - 450. Almería: Asunivep.
- Martín, A., Pazos, M., Montilla, M. V. C. y Romero, C. (2016). A current mode of gender violence in couples of young people: Social networks. *Educación XXI*, 19 (2), 405-429.
- Masanet, M.J. (2016). Pervivencia de los estereotipos de género en los hábitos de consumo mediático de los adolescentes: Drama para las chicas y humor para los chicos. *Cuadernos de información*, 39; pp. 39-53.
- Medrano, C., Martínez, J.I. y Pindado, J. (2016). Identificación con los personajes televisivos y valores percibidos por los y las adolescentes. *Revista de Estudios de Juventud*, 14; 31-48.
- Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad. (2012). Encuesta Nacional de Salud de España 2011/12.
- Montilla, M., Pazos, M., Romero, C. y Martín, A. (2013). Visión de los adolescentes sobre la violencia de género en pareja de jóvenes. ¿Un factor negativo las redes sociales? En Gázquez, J. J., Pérez, M. C. y Molero, M. M. (Comps.), *La Convivencia Escolar: Un acercamiento multidisciplinar*; pp. 437 - 444. Almería: Asunivep.

- Muros, B., Aragón, Y. y Bustos, A. (2013). La ocupación del tiempo libre de los jóvenes en el uso de videojuegos y redes. *Comunicar*, 40; pp. 31-39
- Oliva, A. (1990). Desarrollo de la personalidad durante la adolescencia. En Palacios, Marchesi y Coll (Coords.), *Desarrollo psicológico y educación: Psicología evolutiva*. Madrid: Alianza Editorial.
- Oliva, A. (1990). Desarrollo social durante la adolescencia. En Palacios, Marchesi y Coll (Coords.), *Desarrollo psicológico y educación: Psicología evolutiva*. Madrid: Alianza Editorial.
- Organización Mundial de la Salud. (2017). Desarrollo en la adolescencia: un periodo de transición de crucial importancia. Recuperado de: http://www.who.int/maternal_child_adolescent/topics/adolescence/dev/es/
- Padilla, M. T. (2002). Introducción al diseño y aplicación de las técnicas e instrumentos de encuesta. Padilla, Técnicas e instrumentos para el diagnóstico y la evaluación educativa. Madrid: Editorial CCS.
- Palacios, J. y Oliva, A. (1990). La adolescencia y su significado evolutivo. En Palacios, Marchesi y Coll (Coords.), *Desarrollo psicológico y educación: Psicología evolutiva*. Madrid: Alianza Editorial.
- Pujazon, M. y Park, M.J. (2010). To Tweer, o not to Tweet: Gender Differences and Potential Positive and Negative Health Outcomes of Adolescents' Social Internet Use. *American Journal of Men's Health*, 4 (1); 77-85.
- Reolid, R., Flores, M., López, M. Alcantud, P., Ayuso, M.C. y Escobar, F. (2016). Frequency and characteristics of Internet use by Spanish teenagers. A cross-sectional study. *Archivos Argentinos de Pediatría*, 114 (1): 6-13
- Rial, A., Gómez, P., Braña, T. y Varela, J. (2014). Actitudes, percepciones y uso de Internet y las redes sociales entre los adolescentes de la comunidad gallega. *Anales de Psicología*, 30 (2); pp. 642-655.
- Rojas, S., Martín, E. y Bretón, J. (2017). Estudio exploratorio sobre el uso de las tecnologías de la información y comunicación en adolescentes. *Ágora de salud*, IV, (40).

- Ruíz Repullo, C. (2016). Voces tras los datos. Una mirada cualitativa a la violencia de género en adolescentes. Sevilla: Instituto Andaluz de la Mujer.
- Sábada, C. y Vidales, M.J. (2015). El impacto de la comunicación mediada por la tecnología en el capital social: adolescentes y teléfonos móviles. *Revista Virtualis*, 11 (1); 75-92.
- Segovia, B., Mérida, R., Olivares, M.A. y González, E. (2016). Procesos de socialización con redes sociales en la adolescencia. *Revista Latinoamericana de Tecnología Educativa*, 15 (3); 155-167.
- Solano, I.M., González, V. y López, P. (2013). Adolescentes y comunicación: las TIC como recurso para la interacción social en educación secundaria. *Revista de Medios y Educación*, 42; pp. 23-35.
- Tsitsika, A., Janikian, M., Schoenmakers, T.M., Tzavela, E., Ólafsson, K., Wójcik, S., Macarie, G.F., Tzavara, C. y Richarson, C. (2014). Internet Addictive Behavior in Adolescence: A Cross-Sectional Study in Seven European Countries. *Cyberpsychology, behavior, and social networking*, 17 (8); 528-535.
- Van Ouytsel, J., Van Gool, E. Walrave, M., Ponnet, K. y Peeters, E. (2017). Sexting: adolescents' perceptions of the applications used for, motives for, and consequences of sexting. *Journal of Youth Studies*, 20 (4); pp. 446-470.
- Villacampa, C. (2017). Teen sexting: Prevalence, characteristics and legal treatment. *International Journal of Law, Crime and Justice*, 49; pp. 10-21.

ANEXOS



7. Anexos

Anexo I. Cuestionario

ESCENARIOS DIGITALES Y ADOLESCENCIA				
Trabajo Fin de Grado-Universidad de Sevilla				
DATOS DE IDENTIFICACIÓN:				
1. Sexo: <input type="checkbox"/> Chica <input type="checkbox"/> Chico		2. Edad:	3. Nº de hermanos:	4. Lugar que ocupas:
5. País:		6. País de tus padres:		7. Localidad:
8. Profesión del padre:		9. Profesión de la madre:		
10. Curso: <input type="checkbox"/> 2º ESO <input type="checkbox"/> 3º ESO		11. ¿Te consideras buen estudiante? <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No		
12. ¿Tienes pareja actualmente? <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No (En caso de respuesta negativa, responder la pregunta número 13)				
13. ¿Has tenido pareja anteriormente? <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No				
TIEMPO LIBRE:				
14. A continuación se presentan una serie de actividades, indica la frecuencia con la que las realizas cuando dispones de tiempo libre (1 nunca, 2 ocasionalmente, 3 algunas veces, 4 siempre):	1 Nunca	2 Ocasionalmente	3 Algunas veces	4 Siempre
Ir de compras				
Ver televisión				
Practicar deporte				
Navegar por Internet				
Estar con mi pareja				
Estar con mi familia				
Ir al cine, conciertos, teatro, etc.				
Escuchar música				
Ir a las fiestas de mi localidad (semana Santa, El Rocío...)				
Salir de botellona				
Hacer excursiones con mis amigos/as				
Viajar con mi familia				
Otros (indicar cuales):				

B) MÓVILES				
15. Edad en la que comenzaste a utilizar el móvil:				
16. El móvil lo utilizo para:	1 Nunca	2 Ocasional	3 Algunas veces	4 Siempre
Realizar llamadas				
Estar en contacto con mis amigos/as				
Estar en contacto con mi pareja				
Conectarme a internet				
Escuchar música, como reproductor MP3				
Grabar audio				
Hacer y ver fotos				
Hacer y ver vídeos				
Agenda (planificar mis actividades, tareas de clase, cumpleaños, etc.)				
Jugar				
Bajarme videojuegos				
Otros motivos (indicar cuáles):				

17. ¿Conoces situaciones de acoso con el móvil (p. ej., grabando con la cámara, etc.)? <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No	
18. En caso afirmativo el acosador ha sido:	
19. Casos de acoso que conoces:	20. El acoso ha sido porque....
Grabando con la cámara del móvil y difundiendo en youtube las imágenes grabadas <input type="checkbox"/>	Es un tipo raro (friki) <input type="checkbox"/>
Enviando mensajes ofensivos <input type="checkbox"/>	Es un empollón <input type="checkbox"/>
Enviando amenazas <input type="checkbox"/>	Por discusión y pelea <input type="checkbox"/>
Otras formas de acoso (cuál/cuáles):	Dejó de salir con su novio/a <input type="checkbox"/>
	Por envidia <input type="checkbox"/>
	Otros motivos (cuál/cuáles):

C) INTERNET				
21. Edad a la que comenzaste a conectarte a internet:				
22. ¿Puedes conectarte a internet cuando quieras? Sí <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>				
23. Principalmente lo utilizo en: <input type="checkbox"/> Instituto <input type="checkbox"/> Casa <input type="checkbox"/> Bibliotecas <input type="checkbox"/> Con mi móvil desde cualquier lugar <input type="checkbox"/> Otros				
24. Señala las principales razones y la frecuencia por las que te conectas a Internet (1 nunca, 2 ocasionalmente, 3 algunas veces, 4 siempre)	1 Nunca	2 Ocasional	3 Algunas veces	4 Siempre
Para estar en contacto con mis amigos/as				
Para estar en contacto con mi pareja				
Subir fotos para compartirlas (p.e en Facebook, Instagram, Flickr, Picassa, etc.)				
Ver vídeos (youtube), programas de TV o películas				
Comprar las cosas que me gustan				
Para realizar trabajos escolares				
Vender objetos				
Realizar consultas y resolver dudas				
Estudiar				
Lo necesito para mis aficiones (música, videojuegos...)				
Para ver películas y series				
Por trabajo o para algo con lo que me saco unos euros				
Para buscar la información que me interesa (direcciones, lugares, noticias, etc.)				
Otras razones (Indicar cuál/cuáles)				
25. Indica las herramientas de Internet que utilizas				
Correo electrónico (por ejemplo, @hotmail, @gmail, etc.) <input type="checkbox"/>				
Mensajería instantánea (tipo Messenger Facebook, WhatsApp, etc.) <input type="checkbox"/>				
Para publicar BLOG (p.e. Blogger, wordpress, etc) <input type="checkbox"/>				
Búsquedas de información para mis trabajos de clase <input type="checkbox"/>				
Página web del instituto <input type="checkbox"/>				
Otros servicios que utilices (Indicar cuál/cuáles)				

4. COMUNICACIÓN INSTANTÁNEA						
26. Edad en la que comenzaste a utilizar herramientas de comunicación :					28. Principalmente las utilizo para....	
27. Qué herramientas de comunicación instantánea utilizas. Señala la frecuencia de uso. (1 nunca, 2 ocasionalmente, 3 algunas veces, 4 siempre)	1	2	3	4		
WhatsApp					Mantener el contacto con mis compañeros de clase	<input type="checkbox"/>
Messenger de Facebook					Charlar con amigos alejados o de otra ciudad o país	<input type="checkbox"/>
Messenger de Twitter					Hablar con los familiares	<input type="checkbox"/>
Mensaje directo de Instagram					Para quedar u organizar un encuentro	<input type="checkbox"/>
Otras (Indicar cuál/cuáles):					Para ligar	<input type="checkbox"/>
					Para preparar trabajos	<input type="checkbox"/>
					Para contactar con alguien en concreto	<input type="checkbox"/>
					Para desconectar y pasar un rato de charla	<input type="checkbox"/>
					Para estar en contacto con mi pareja	<input type="checkbox"/>
					Otros usos: (Indica cuál/cuáles)	<input type="checkbox"/>

5. TELEVISIÓN				
29. De la siguiente relación de programas de televisión selecciona los que tú veas:	30. ¿Con qué frecuencia ves los programas que has indicado anteriormente?			
	Diariamente	Algunos días de la semana	Algunos días al mes	Ocasional
Series (Mar de Plástico; La que se avecina; El príncipe, etc.) <input type="checkbox"/>				
Anuncios de publicidad <input type="checkbox"/>				
Programas de música <input type="checkbox"/>				
Programas (Gran Hermano; Gran Hermano VIP; Sálvame; Mujeres, Hombres y viceversa; Gandía Shore; Doble tentación, etc.) <input type="checkbox"/>				
Concursos (Pasapalabra, Ahora caigo, Boom, etc.) <input type="checkbox"/>				
Programas de deporte <input type="checkbox"/>				
Documentales <input type="checkbox"/>				
Informativos <input type="checkbox"/>				
Debates (Al rojo vivo, En el punto de mira, El objetivo, etc.) <input type="checkbox"/>				
Otros programas que tú veas (indica cual/cuales):				

31. De las series Mar de Plástico; La que se avecina; El príncipe, etc., valora los siguientes aspectos:	
Veo a adolescentes como yo que han aprendido a sobrevivir en situaciones difíciles	<input type="checkbox"/>
Son atrevidos, incumplen las normas de los mayores	<input type="checkbox"/>
Me intrigan y enganchan, no puedo dejar de verlos	<input type="checkbox"/>
Imito lo que ellos hacen y así aprendo cosas nuevas	<input type="checkbox"/>
Me divierto mucho	<input type="checkbox"/>
Los/as protagonistas son guapísimos/as	<input type="checkbox"/>
Experimento con mis amigos cosas que pasan en la serie.	<input type="checkbox"/>
Me identifico con lo que ocurre entre las parejas en la ficción	<input type="checkbox"/>
Me visto y arreglo como los/as protagonistas	<input type="checkbox"/>

6. REDES SOCIALES	
32. Edad en la que comenzaste a participar en una red social:	
33. Indica en qué redes sociales tienes cuenta:	
Facebook <input type="checkbox"/>	34. ¿Con qué frecuencia te conectas a la red social? <input type="checkbox"/> Diariamente <input type="checkbox"/> Algunos días a la semana <input type="checkbox"/> Algunos días al mes <input type="checkbox"/> Ocasionalmente
Instagram <input type="checkbox"/>	
Twitter <input type="checkbox"/>	
Snapchat <input type="checkbox"/>	
Pinterest <input type="checkbox"/>	
Tumblr <input type="checkbox"/>	
Otra (cual/cuales):	
35. ¿Puedes conectarte a la red cuando quieras? <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No	

USOS DE LA RED SOCIAL	
36. La red social la uso para... (Puedes señalar más de una respuesta)	
Subir las fotos de las cosas que hago	<input type="checkbox"/>
Subir vídeos	<input type="checkbox"/>
Chatear	<input type="checkbox"/>
Compartir con mis amigos mis estados de ánimo	<input type="checkbox"/>
Conocer a otras personas	<input type="checkbox"/>
Saber lo que están haciendo los demás	<input type="checkbox"/>
Darme a conocer	<input type="checkbox"/>
Conocer a gente que tiene intereses y hobbies como los que a mí me gustan	<input type="checkbox"/>
Para que mi pareja sepa en cada momento qué hago y con quién	<input type="checkbox"/>
Para que los demás sepan que tengo pareja y cómo es nuestra relación, evitando que se entrometan terceras personas	<input type="checkbox"/>
Otros usos ((Indicar cuál/cuáles):	

37. ¿Por qué te conectas a la red social?	
Para estar en contacto y compartir las experiencias con mis amigos	<input type="checkbox"/>
Para hacer nuevos amigos	<input type="checkbox"/>
Me hace sentirme bien cuando estoy triste	<input type="checkbox"/>
Me gusta saber lo que dicen mis amigos de las fotos que subo, las experiencias que vivimos, etc....	<input type="checkbox"/>
Me gusta saber que gusto y lo que me valoran mis amigos	<input type="checkbox"/>
Puedo ser más sincero/a con mis amigos que cuando estoy con ellos	<input type="checkbox"/>
La red me da la posibilidad de explorar y hacer cosas que no haría de otra manera	<input type="checkbox"/>
Las redes sociales no son sólo lugares en donde nos encontramos sino que son un tipo de vida	<input type="checkbox"/>
Otros motivos ((Indicar cuál/cuáles):	

ACOSO EN LA RED SOCIAL	
38. ¿Conoces situaciones de acoso a través de la red? <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No	
En caso afirmativo el acosador ha sido:	
39. Tipos de acoso	<input type="checkbox"/> Violencia verbal <input type="checkbox"/> Violencia de pareja (constantemente tiene que dar información de qué hago, con quién, cómo y cuándo, para evitar enfados) <input type="checkbox"/> Sexual <input type="checkbox"/> Psicológico (sabe dónde vivo, sé quién eres, mi perfil es falso, tu no me conoces pero yo a ti sí...etc.) <input type="checkbox"/> Otras formas de acoso (cuál/cuáles)
40. Motivo del acoso	<input type="checkbox"/> Es un líder <input type="checkbox"/> Es un friKi <input type="checkbox"/> Es un empollón <input type="checkbox"/> En la red es algo normal, y te hace parecer interesante a los demás <input type="checkbox"/> Celos y enfados de la pareja <input type="checkbox"/> Es un antiguo novio/a <input type="checkbox"/> Por envidia <input type="checkbox"/> Por discusión y pelea <input type="checkbox"/> Otros motivos (cuál/cuáles)

7. MÓVIL, REDES SOCIALES Y PAREJAS			
41. Señala las afirmaciones donde reconoces situaciones en tus relaciones de pareja o en las relaciones de tu entorno: (puedes incluir más de una respuesta)			
Crear una cuenta sin que la pareja lo sepa, porque no le gusta	<input type="checkbox"/>	Darle a mi pareja las contraseñas de mi teléfono, email, redes sociales como muestra de que no escondo nada	<input type="checkbox"/>
Evitar dar “Me gusta”, seguir a otros chicos/as, chatear con otros chicos/as para evitar discusiones con tu pareja	<input type="checkbox"/>	Crear perfiles conjuntos en las redes sociales, para que todo el mundo sepa que sois pareja	<input type="checkbox"/>
Enviar mi localización por WhatsApp para demostrar que digo la verdad	<input type="checkbox"/>	Algún miembro de la pareja exige subir fotos de los dos, para que todos sepan que están juntos y evitar que se entrometan terceras personas	<input type="checkbox"/>
Enviar fotos para demostrar con quién y donde estoy	<input type="checkbox"/>	Acuerdan horas de conexión y desconexión, para evitar desconfianzas	<input type="checkbox"/>
Enviar fotos para que la pareja vea que llevo puesto	<input type="checkbox"/>	Enviar por privado fotos sensuales porque a la pareja le parece una muestra de amor	<input type="checkbox"/>
Es necesario activar la opción de mostrar hora de última conexión, para que la pareja sepa en cada momento cuando nos conectamos	<input type="checkbox"/>	Enseñar las conversaciones, y todos los movimientos de las redes sociales a la pareja para demostrar que no se oculta nada	<input type="checkbox"/>
Leer un mensaje de WhatsApp y no responderlo para evitar desconfianzas	<input type="checkbox"/>	Eliminar aquellos contactos de redes sociales y del teléfono para evitar celos y discusiones con mi pareja	<input type="checkbox"/>